

---

**Datum:** 29.11.2017  
**Gericht:** Oberlandesgericht Köln  
**Spruchkörper:** 6. Zivilsenat  
**Entscheidungsart:** Urteil  
**Aktenzeichen:** 6 U 50/17  
**ECLI:** ECLI:DE:OLGK:2017:1129.6U50.17.00

---

**Vorinstanz:** Landgericht Köln, 31 O 198/16

---

**Tenor:**

Die Berufung der Beklagten gegen das am 14.03.2017 verkündete Urteil der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln – 31 O 198/16 – wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt die Beklagte.

Dieses Urteil und das genannte Urteil des Landgerichts Köln sind vorläufig vollstreckbar. Die Beklagte kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 50.000 € hinsichtlich der Unterlassung und im Übrigen in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110% des zu jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Die Revision wird nicht zugelassen.

---

**Gründe:**

I.

Die Parteien streiten über die Frage, ob die Produktgestaltung eines von der Beklagten unter der Bezeichnung „C“ vertriebenen Kartoffelsnacks irreführend ist.

Der Kläger ist der W e.V. Ihm gehören neben anderen die Lebensmittelfilialisten M, O und W2 als Mitglieder an, die jeweils Kartoffelsnacks (wie etwa Kartoffelchips) in ihr Angebot aufgenommen haben. Hinsichtlich der im Markt befindlichen Kartoffelsnackprodukte und der

1

2

3

4

Produktaufmachungen dieser Produkte wird auf die beispielhaft in Anlage K9 (Bl. 154 ff. d.A.) abgebildeten Produkte Bezug genommen.

Die Beklagte vertreibt zahlreiche unterschiedliche Kartoffelsnacks in diversen Geschmacksrichtungen. Unter anderem vertreibt die Beklagte mit dem Produkt „C“ einen Kartoffelsnack, der den Geschmack eines gegrillten Steaks haben soll. Hinsichtlich der Produktaufmachung wird auf die Abbildung im Rahmen des Klageantrags Bezug genommen. Auf der Zutatenliste (vgl. Rückseite der Produktabbildung im Antrag, entsprechend Bl. 23 d.A.) sind keine Fleischbestandteile aufgeführt.

Der Kläger ist der Ansicht gewesen, er sei bereits aufgrund der Mitgliedschaft der Lebensmittelfilialisten zur Geltendmachung des streitgegenständlichen Unterlassungsanspruchs aktivlegitimiert.

Die beanstandete Verpackungsgestaltung sei irreführend, weil das Produkt „C“ nach den Angaben im Zutatenverzeichnis keine Fleischbestandteile in signifikanter Menge enthalte. Es sei kein Rindfleischpulver enthalten. Soweit die Beklagte behaupte, in dem Aroma sei Rindfleischpulver enthalten, führe dies ohnehin zu keinem anderen Ergebnis, weil der Verbraucher eine signifikante Menge an Fleischbestandteilen erwarte, auch wenn er nicht davon ausgehe, dass ein echtes Stück Fleisch in den Kartoffelsnacks im Ganzen oder in Stücken enthalten sei.

Hierzu hat der Kläger behauptet, es entspreche der allgemeinen Kennzeichnungspraxis, dass Kartoffelsnackprodukte mit naturalistischen Zutatenabbildungen auf der Vorderseite diese Zutaten jedenfalls in Form eines entsprechenden Pulvers der Zutat enthielten.

Der Kläger hat beantragt,

I. die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr das Produkt „C“ wie nachfolgend ersichtlich in den Verkehr zu



11



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Die verschiedenen Bestandteile der angegriffenen Produktaufmachung/Etikettierung führten über Zutaten des Produkts in die Irre, weil der Eindruck entstehe, dass das Lebensmittel eine Zutat enthalte, die tatsächlich nicht vorhanden sei. Bei der Prüfung seien unter anderem die verwendeten Begriffe und Abbildungen sowie Platzierung, Größe, Farbe, Sprache, Schriftart, Syntax und Zeichensetzung der verschiedenen Elemente auf der Verpackung des Lebensmittels zu berücksichtigen.                                                                                                                                                                                                                   | 18 |
| Bei dem Produkt der Beklagten deute schon der Produktname „C - Grilled Steak“ darauf hin, dass das Produkt Bestandteile von Steakfleisch enthalte. Dies sei eine zum Kurzbraten oder Grillen geeignete Fleischscheibe vom Rind, von der unstreitig keine Bestandteile vorhanden seien. Eine Irreführung sei dabei auch dann gegeben, wenn der Sachvortrag der Beklagten als zutreffend unterstellt werde, dass das Produkt einen Anteil an Rindfleischextrakt- und Hähnchenfleischextraktpulver von 0,5-1 % der Aromamischung enthalte, der umgerechnet auf Frischfleisch deutlich höher – wenngleich nicht näher spezifiziert – liege.                                                                        | 19 |
| Der Eindruck werde durch die Abbildung einer gegrillten, saftigen Steakscheibe auf der Vorderseite der Produktverpackung verstärkt. Auch die Darstellung auf der Rückseite                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 20 |
| <i>„[...] Die einzigartige Bullenkopfform, kombiniert mit der rauchigen Würze von saftig gegrilltem Steak in süßer Marinade... [...]“</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 21 |
| suggerierten nicht nur, dass irgendwelche, wie auch immer gearteten, Fleischbestandteile enthalten seien, sondern tatsächlich einem Steak entstammende, oder jedenfalls ähnlich hochwertige Fleischbestandteile. Die übrigen Angaben auf der Rückseite könnten diesen irreführenden Eindruck nicht neutralisieren.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 22 |
| Auch wenn der Verbraucher regelmäßig nicht erwarte, dass in Kartoffelsnacks tatsächlich Fleisch in Form von Fleischstücken oder Ähnlichem enthalten sei, werde er aber davon ausgehen, zumindest Aromastoffe eines tatsächlichen Steaks bzw. Steak in pulverisierter Form vorfinden zu können. Der Einwand der Beklagten, der Verkehr würde stets nur von der Bezeichnung einer Geschmacksrichtung ausgehen, sei nicht stichhaltig.                                                                                                                                                                                                                                                                            | 23 |
| Neben Unterlassung schulde die Beklagte gemäß § 12 Abs. 1 S. 2 UWG Erstattung der in ihrer Höhe nicht streitigen außergerichtlichen Aufwendungen des Klägers für die Abmahnung vom 22.12.2015. Der Zinsanspruch ergebe sich aus §§ 291, 288 BGB.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 24 |
| Gegen dieses Urteil, auf das ergänzend gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO Bezug genommen wird, wendet sich die Beklagte mit ihrer Berufung. Das Landgericht habe die Aktivlegitimation des Klägers zu Unrecht angenommen, weil es sich bei den Unternehmen M, O und W2 nicht um Unternehmen handle, die auf den gleichen sachlich relevanten Markt tätig seien. Zwar böten diese möglicherweise auch salzige Snackartikel an. Das Sortiment im Bereich der Lebensmittel sei jedoch nahezu unbegrenzt. Es würden auch non-food Artikel angeboten. Vor diesem Hintergrund sei es fehlerhaft, einen so weiten Maßstab anzulegen. Die unmittelbaren Wettbewerber der Beklagten seien indes nicht Mitglieder des Klägers. | 25 |
| Jedenfalls handle es sich bei den genannten Unternehmen nicht um eine erhebliche Zahl. Zwar werde keine Mindestzahl gefordert. Es sei jedoch erforderlich, dass die relevanten Unternehmen repräsentativ vertreten seien.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 26 |
| Entgegen der Ansicht des Landgerichts würden die angesprochenen Verkehrskreise auch nicht in die Irre geführt. Das Produkt enthalte – wie bereits erstinstanzlich behauptet – fleischhaltige Bestandteile in der Gewürz- und Aromamischung. Das Produkt enthalte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 27 |

insgesamt etwa 5% Würzmischung. Der Anteil an Rindfleisch- und Hähnchenfleischextrakt betrage etwa 0,5% bis 1 % der Würzmischung. Da es sich um ein Konzentrat handle, wäre der Anteil auf Frischfleisch umgerechnet erheblich größer. Dieser Anteil sei erforderlich, aber auch ausreichend, um den gewünschten Geschmack zu erreichen.

Das Landgericht gehe unzutreffend davon aus, dass der Verbraucher durch die Geschmacksangabe annehme, das Produkt enthalte tatsächlich einem Steak entstammende Bestandteile. Der Verbraucher wisse, dass die Aufmachung des Produkts lediglich auf den Geschmack, nicht aber auf besondere Inhaltsstoffe hinweise. Der maßgebliche Verbraucher sei damit vertraut, dass für Lebensmittel regelmäßig Produktbezeichnungen gewählt würden, die sich an der Geschmacksrichtung orientierten. Gerade Chips und vergleichbare Snackprodukte seien ein Beispiel hierfür.

Hierfür spreche auch die Entscheidung des OLG Hamburg in der Sache „Walnußtraum“. Diese sei – entgegen der Ansicht des Landgerichts – nicht überholt, wobei insbesondere berücksichtigt werden müsse, dass das Produkt der Beklagten Fleischbestandteile enthalte. Soweit der Verbraucher bei Tee mit abgebildeten Früchten entsprechende Bestandteile erwarte, sei dies nicht vergleichbar, weil die Erwartung der Verbraucher bei Snackprodukten eine andere sei. Auch weitere Entscheidungen des OLG Düsseldorf (GRUR-RR 2014, 131) und OLG Rostock (WRP 2015, 776) führten zu keinem anderen Ergebnis, sondern ergäben, dass für die Verbrauchererwartung maßgeblich auf das jeweilige Produkt abgestellt werden müsse. Bei der Beurteilung müsse auch berücksichtigt werden, dass der Verbraucher an Snackprodukte mit dem Geschmack „Grilled Steak“ gewöhnt sei, was sich aus den als Anlage B1 (Bl. 305 d.A.) vorgelegten Abbildungen verschiedener Produkte ergebe.

Wenn eine andere Verbrauchererwartung angenommen würde, würde der Verbraucher durch die Hinweise auf der Rückseite der Verpackung hinreichend über die Bezeichnung als Geschmacksrichtung aufgeklärt, zumal dort das Produkt deutlich als „Kartoffelsnack mit Steak-Geschmack“ bezeichnet werde.

Die Beklagte beantragt,

unter Aufhebung des Urteils des Landgerichts Köln vom 14.03.2017, Az. 31 O 198/16 die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Der Kläger verteidigt das angefochtene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung seines erstinstanzlichen Vortrages.

II.

Die zulässige, insbesondere form- und fristgerecht eingereichte Berufung der Klägerin hat keinen Erfolg. Der Kläger ist zur Geltendmachung der streitgegenständlichen Ansprüche berechtigt (dazu II 1) und es besteht ein Unterlassungsanspruch aufgrund der Irreführung durch die vom Kläger beanstandete Gestaltung der Verpackung des angegriffenen Produkts (dazu II 2).

1. Entgegen der Ansicht der Berufung ist die Klägerin zur Geltendmachung des Anspruchs, den sie auf eine irreführende Produktgestaltung stützt, gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG befugt. Auf die Begründung der angefochtenen Entscheidung kann Bezug genommen werden.

Ergänzend ist im Hinblick auf die Berufungsbegründung folgendes auszuführen:

Nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG ist es erforderlich, dass dem Verband eine erhebliche Zahl von Unternehmen angehört, die Waren gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben und dass die Zuwiderhandlung die Interessen seiner Mitglieder berührt. Dabei ist der Begriff der Waren weit auszulegen (vgl. Büch in Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Verfahren, 11. Aufl., Kap. 13 Rn. 30, mwN). 39

Die Regelung soll die Klagebefugnis eines Verbandes auf solche Fälle beschränken, in denen kollektive Interessen von Mitgliedern infrage stehen, die selbst im Sinne des § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG betroffen und nach dieser Vorschrift selbst klagebefugt sind (vgl. Büch in Teplitzky, aaO, Kap. 13 Rn. 30b, mwN). 40

Der Begriff der „erheblichen Zahl“ ist nicht wörtlich zu verstehen, es ist nicht auf die Größe der absoluten Zahl abzustellen, sondern darauf, dass dem Verband Gewerbetreibende angehören, die auf dem Markt in der Weise repräsentativ sind, dass ein missbräuchliches Vorgehen ausgeschlossen werden kann. Hierfür kann eine geringe Zahl tätiger Mitglieder genügen. Insbesondere kommt es nicht entscheidend darauf an, ob die Zahl der Mitgliedsunternehmen repräsentativ auch im Verhältnis zu anderen auf dem Markt tätigen Unternehmen ist (vgl. Büch in Teplitzky aaO, Kap. 13 Rn. 30f, mwN). 41

Dabei müssen die Beteiligten nicht auf den gleichen Wirtschafts- oder Handelsstufe tätig sein (vgl. Köhler/Feddersen in Köhler/Bornkamm, UWG, 35. Aufl., § 8 Rn. 3.38a, mwN). 42

Nach diesen Grundsätzen ist von einer Prozessführungsbefugnis des Klägers auszugehen. Nach den nicht angegriffenen tatsächlichen Feststellungen des Landgerichts gehören dem Kläger die Unternehmen M, O und W2 an, die – entgegen der Ansicht der Beklagten – auf dem gleichen sachlich relevanten Markt tätig sind. Die genannten Unternehmen vertreiben bundesweit Lebensmittel und damit auch salzige Snackartikel, was die Beklagte nicht bestreitet und was allgemeinbekannt ist. Damit bedienen die Unternehmen – neben dem ebenfalls vorhandenen weiteren Sortiment – den gleichen Markt wie die Beklagte. Ob die genannten Unternehmen auch auf zahlreichen weiteren Märkten tätig sind, ist dabei unerheblich. Denn die genannten Unternehmen können durch ein wettbewerbswidriges Verhalten der Beklagten beeinträchtigt werden. Entweder verkaufen sie die Artikel der Beklagten nicht und schränken ihr Sortiment hierdurch nicht unerheblich ein. Oder sie nehmen die Artikel auf und laufen Gefahr, selbst auf Unterlassung in Anspruch genommen zu werden. Ihre wettbewerbsrechtlichen Interessen können daher durch die angegriffenen Handlungen der Beklagten beeinträchtigt werden. Dabei kommt es – wie dargelegt – nicht darauf an, dass die Beklagte und die genannten Unternehmen auf unterschiedlichen Wirtschaftsstufen tätig sind. 43

Auch handelt es sich um eine erhebliche Anzahl an Unternehmen, weil diese nach den vorstehend dargestellten Grundsätzen auf dem Markt repräsentativ sind und ein Missbrauch ausgeschlossen erscheint. 44

2. Dem Kläger steht – entgegen der Ansicht der Berufung – auch der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte zu. Auch insoweit kann auf die zutreffenden Ausführungen der angefochtenen Entscheidung Bezug genommen werden. 45

a) Mit Recht und von der Berufung nicht angegriffen hat das Landgericht angenommen, dass sich der Anspruch aus §§ 8, 3, 5 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 1 UWG als auch aus §§ 8, 3, 3a UWG in Verbindung mit Art. 7 Abs. 1 Buchst. a, Abs. 4 Buchst. b VO (EU) Nr. 1169/11 ergeben kann, 46

wenn die Produktgestaltung irreführend ist.

b) Das Landgericht hat auf der Grundlage der durch den Bundesgerichtshof entwickelten Grundsätze zutreffend angenommen, dass die konkret zum Gegenstand des Klageantrages gemachte Produktaufmachung irreführend ist. 47

Der Bundesgerichtshof (vgl. Urteil vom 02.12.2015 – I ZR 45/13, GRUR 2016, 738 – Himbeer-Vanille-Abenteuer II) nimmt – nach Vorlage an den EuGH und dessen Entscheidung (Urteil vom 04.06.2015 – C-195/14, GRUR 2015, 701 – Verbraucherzentrale Bayern/Teekanne) – an, dass Verbraucher, die sich in ihrer Kaufentscheidung nach den Inhaltsstoffen richteten, das Verzeichnis der Zutaten lesen würden. Dies kann jedoch allein nicht ausschließen, dass die Produktaufmachung geeignet ist, den Käufer irrezuführen, weil die Angaben unwahr, falsch oder mehrdeutig sein könnten. In diesem Fall ist das Verzeichnis der Zutaten gleichwohl nicht immer geeignet, einen falschen oder missverständlichen Eindruck des Verbrauchers zu berichtigen. Wenn die Etikettierung eines Lebensmittels und die Art und Weise, in der sie erfolgt, insgesamt den Eindruck entstehen lässt, dass dieses Lebensmittel eine Zutat enthält, die tatsächlich in ihm nicht vorhanden ist, ist eine solche Etikettierung daher geeignet, den Käufer über die Eigenschaften des Lebensmittels irrezuführen. 48

Es muss daher geprüft werden, ob ein normal informierter und vernünftig aufmerksamer und kritischer Verbraucher über das Vorhandensein von Fleisch (Steak) oder dessen Bestandteilen in nicht unerheblichen Mengen getäuscht wird. 49

Dies hat das Landgericht unter Berücksichtigung der konkreten Produktgestaltung mit Recht angenommen. Die Gestaltung und Etikettierung des angegriffenen Produkts umfasst dabei alle Angaben, Kennzeichnungen, Hersteller und Handelsmarken, Abbildungen oder Zeichen, die sich auf ein Lebensmittel beziehen und auf dessen Verpackung angebracht sind. Wenn die Etikettierung eines Lebensmittels und die Art und Weise, in der sie erfolgt, insgesamt den Eindruck entstehen lassen, dass das Lebensmittel eine Zutat enthält, die tatsächlich nicht vorhanden ist, ist eine Etikettierung geeignet, den Käufer über die Eigenschaften des Lebensmittels irrezuführen (vgl. BGH, GRUR 2016, 738 – Himbeer-Vanille-Abenteuer II). 50

Das Produkt der Beklagten hebt auf der Vorderseite hervor, dass es sich um „C“ handelt, was als „NEU“ herausgestellt wird. Die Bezeichnung „C“ ist den angesprochenen Verkehrskreisen, zu denen auch der Senat gehört, nicht bekannt. Allein aufgrund der Bezeichnung kann der angesprochene Verkehr nicht erkennen, dass es sich um einen Kartoffelsnack handelt. Weiter wird die Abbildung eines gegrillten Steaks mit der Überschrift „Grilled Steak“ auf der Vorderseite dargestellt. Eine weitere Beschreibung des Produktes befindet sich auf der Vorderseite nicht. Allein die sodann abgebildeten Figuren, die – was zeichnerisch hervorgehoben wird – Köpfe von Bullen („C“) darstellen sollen, deuten darauf hin, dass es sich um Snacks zum Knabbern handeln könnte. Auf der Rückseite des Produkts werden diese Angaben wiederholt. Es wird ergänzt, dass es sich um ein „Knabbervergnügen“ handle. Sodann folgen zahlreiche weitere Angaben, die optisch erheblich kleiner gestaltet sind. 51

Damit hebt die Beklagte durch die Produktgestaltung bei einem jedenfalls der Bezeichnung „C“ nach unbekannten Produkt das Steak in einem besonderen Maß hervor. Aufgrund dieser Hervorhebung und der Bezeichnung des Artikels als „NEU“ wird der angesprochene Verkehr – jedenfalls zu einem erheblichen Teil – annehmen, dass der Zusatz von Steak – in welcher Form auch immer – erfolgt ist. Der Verkehr wird die Angabe nicht allein als Angabe der Geschmacksrichtung verstehen. Die Geschmacksrichtung wird bei Kartoffelsnackprodukten 52

häufig durch die Angabe „Geschmack“, „Flavour“ oder „Style“ unter der konkreten Bezeichnung des Produkts als „Chips“ (mit oder ohne Zusätze wie „Kessel“, „Crunch“ oder ähnlicher bekannter Bezeichnungen) genutzt (vgl. Anlage K9), woran der Verkehr gewöhnt ist. Hierfür spricht, dass – ausweislich der jeweiligen Zutatenlisten – in den Produkten jedenfalls die Bestandteile enthalten sind, die die Geschmacksrichtung begründen.

Vor diesem Hintergrund ist eine Irreführung entsprechend den Ausführungen in der angefochtenen Entscheidung anzunehmen. Der Zusatz von einem kaum merklichen Anteil von Fleischextrakt in der Würzmischung – diesen als wahr unterstellt – führt dann nicht zu einem anderen Ergebnis. Da der Verkehr zumindest einen nicht unerheblichen Anteil erwartet, reicht die Menge von 0,05 % jedenfalls nicht aus.

53

Soweit die Beklagte sich mit Entscheidungen der Oberlandesgerichte Hamburg, Düsseldorf und Rostock auseinandersetzt, führen diese Entscheidungen zu keinem anderen Ergebnis. Denn für die entscheidende Frage, ob der Verbraucher durch die Produktaufmachung in die Irre geführt wird, ist allein auf die konkret angegriffene Produktaufmachung und das Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise in Bezug auf die konkret angegriffene Aufmachung abzustellen. Zutreffend nimmt die Beklagte dabei zwar an, dass das Verständnis der Verkehrskreise auch von dem Produkt abhängt. So wird bei der Bezeichnung eines „Berliners“ (süßes Hefeteiggebäck gefüllt mit Marmelade) kein Verbraucher annehmen, dass die Bezeichnung des Produkts auf dessen Inhaltsstoffe schließen lasse. Auch mögen die angesprochenen Verbraucherkreise gerade bei einem Produkt wie Tee, das mit natürlichen Zutaten wirbt, noch eher erwarten, dass diese Zutaten tatsächlich in dem Produkt enthalten sind (vgl. hierzu BGH, GRUR 2016, 738 – Himbeer-Vanille-Abenteuer II). Eine entsprechende Vorstellung der Verbraucher von den Inhaltsstoffen ist bei einem Produkt wie Kartoffelchips fraglich. Vorliegend ergibt sich aber aus der Produktaufmachung, dass es sich um ein neuartiges Produkt handeln könnte, bei dem im Rahmen eines Kartoffelsnacks Fleischbestandteile verarbeitet wurden. Hierfür sprechen auch die als Anlage B1 (Bl. 305 d.A.) vorgelegten weiteren Verpackungen von salzigen Snackprodukten, bei denen jeweils deutlich hervorgeht, dass es sich um ein Snackprodukt in Form von Chips bzw. Tacos handelt, was der Verbraucher vorliegend nur schwer anhand der Vorderseite der Produktverpackung festzustellen vermag.

54

Aufgrund der deutlichen Aufmachung auf der Vorderseite sind die Hinweise auf der Rückseite nicht geeignet, den Irrtum hinreichend auszuräumen. Zwar wird dort dargestellt, dass es sich um einen „Kartoffelsnack mit Steakgeschmack“ handle und „die einzigartige Bullenkopfform, kombiniert mit der rauchigen Würze von saftig gegrilltem Steak in süßer Marinade“ erfolge, was das Produkt zu einem „lecker krossen Geschmackserlebnis“ mache. Auch wird in der Zutatenliste kein Produkt aufgeführt, was auf das Zusetzen von Fleisch hindeutet. Die einzelnen Hinweise auf dem Produkt, die wie dargelegt jedenfalls in ihrer Gesamtheit die Irreführung begründen, werden durch die genannten Darstellungen jedoch nicht ausgeräumt. So mag die Bezeichnung als „Kartoffelsnack mit Steakgeschmack“ zwar näher beschreiben, dass es sich in erster Linie um einen Kartoffelsnack handelt. Dass nahezu keine Fleischbestandteile enthalten sind, ergibt sich hieraus jedoch nicht. Auch die Darstellung, dass eine Würze in der genannten Form erfolge, schließt nicht aus, dass Fleischbestandteile enthalten sind. Die Zutatenliste führt dann zu keinem anderen Ergebnis.

55

Soweit nach dem streitigen Vortrag der Beklagten Fleischbestandteile von 0,5% bis 1% in der Würzmischung, die 5% des Gesamtinhalts ausmacht, enthalten seien, erfüllt dies nicht die oben dargestellten Erwartungen der angesprochenen Verkehrskreise. Auch insoweit kann auf die Ausführungen der angefochtenen Entscheidung Bezug genommen werden.

56

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3. Der Anspruch auf Zahlung der Abmahnkosten, die der Höhe nach unstreitig sind, ergibt sich aus 12 Abs. 1 S. 2 UWG. Die Zinsen schuldet die Beklagte als Prozesszins.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 57 |
| 4. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 708 Nr. 10, § 711 ZPO.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 58 |
| Die Revision ist nicht zuzulassen. Die Voraussetzungen des § 543 Abs. 2 ZPO liegen nicht vor. Die Rechtssache hat weder grundsätzliche Bedeutung noch ist die Revision zur Fortbildung des Rechts oder Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung zuzulassen. Vielmehr beruht die Entscheidung auf der Rechtsprechung des BGH zur Gestaltung von Produktverpackungen von Lebensmitteln und der tatsächlichen Feststellung der Verbrauchererwartung im Einzelfall unter Berücksichtigung der Besonderheiten der konkret zum Gegenstand des Unterlassungsantrages gemachten Gestaltung der Produktverpackung. | 59 |