

---

**Datum:** 27.09.2019  
**Gericht:** Oberlandesgericht Köln  
**Spruchkörper:** 6. Zivilsenat  
**Entscheidungsart:** Urteil  
**Aktenzeichen:** 6 U 83/19  
**ECLI:** ECLI:DE:OLGK:2019:0927.6U83.19.00

---

**Vorinstanz:** Landgericht Köln, 81 O 126/18

---

**Tenor:**

Die Berufung der Klägerin gegen das am 02.04.2019 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln in der Fassung des Berichtigungsbeschlusses vom 04.06.2019 - 81 O 126/18 - wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens werden der Klägerin auferlegt.

Dieses Urteil und das des Landgerichts sind vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin darf die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung i.H.v. 110 % des aufgrund der Urteile vollstreckbaren Betrages abwenden, wenn nicht der Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit i.H.v. 110 % des zu vollstreckenden Betrages leistet.

Die Revision wird nicht zugelassen.

---

**Gründe**

I.

Die Klägerin nimmt den Beklagten nach erfolgloser Abmahnung auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten wegen Äußerungen auf seiner Homepage und seinem Auftreten unter „Fachverband Matratzen-Industrie“ und „Matratzenverband“ in Anspruch.

1

2

3

4

Die Klägerin vertreibt online die Matratze „Bodyguard“. Diese Matratze ging aus Tests der Stiftung Warentest mehrfach als Testsiegerin hervor. Die Klägerin verkauft inzwischen ca. 20 % der Matratzen bundesweit.

Der Beklagte ist ein gemeinnütziger eingetragener Verein. Nach seiner Satzung ist er ein wirtschaftlicher Berufsverband der industriellen Hersteller von Matratzen, Lattenrosten und Bettsystemen. Er hat u.a. die Aufgabe, die gemeinsamen wirtschaftlichen Interessen der Matratzenindustrie wahrzunehmen sowie die Öffentlichkeit über die Wichtigkeit guten Schlafs und entsprechender Schlafsysteme zu unterrichten. Dem Beklagten gehören als Mitglieder zumindest 14 „klassische“ Hersteller von Matratzen an. Zu seinen Mitgliedern zählen keine reinen Onlinehändler wie die Klägerin. 5

Auf der Website des Beklagten „matratzenverband.de“ heißt es unter der Rubrik „Wir über uns“ (Anlage K 8) unter „Wer wir sind und was wir tun“ 6

*Im Fachverband Matratzen-Industrie e.V. haben industrielle Hersteller von Matratzen und Unterfederungen die Möglichkeit, gemeinsam technische und wirtschaftliche Interessen zu verfolgen sowie Entwicklungen zu beobachten und zu fördern. Wir sind ein gemeinnütziger unabhängiger Verein (e.V.) Matratzen produzierender Unternehmen. Unsere Mitglieder, zu denen kleine und mittelständische Unternehmen ebenso wie verbundene Gruppen zählen, decken zurzeit etwa 65 % dieses Marktes in Deutschland ab und sind darüber hinaus in zahlreichen Exportländern tätig.* 7

und auf der Seite „Unsere Mitglieder“ (Anlage K 5) 8

*Derzeit sind dem Verband 15 Matratzenhersteller als Vollmitglieder angeschlossen, die etwa zwei Drittel des deutschen Sektors abdecken. Die Standorte der Niederlassungen unserer Mitglieder befinden sich nicht nur in Deutschland, sondern z.B. auch in Belgien, Dänemark, den Niederlanden, Polen, Schweden, Spanien und Tschechien.* 9

In der Selbstdarstellung „Wir über uns“ (Anlage K 8) heißt es ferner 10

unter „Engagement und Kommunikation“: 11

*„Unser Grundsatz für die Pressearbeit ist, dass wir als Verband ausgewogen und unabhängig von jeglichen Verkaufsinteressen informieren. Das bedeutet, dass wir eben nicht über die Vorzüge einzelner Produkte informieren und auch keine Matratzen verkaufen, sondern Verbraucher aufklären, indem wir ausgewogene und unabhängige Informationen anbieten.“,* 12

unter „Hier sind wir aktiv“ im Unterpunkt „Richtig Liegen - gesunder Schlaf“ 13

*„Als Verband sehen wir unsere Stärke darin, ausgewogen, unabhängig und zugleich kompetent Informationen bereit zu stellen.“* 14

und im Unterpunkt „Überparteilichkeit“ (Anlage K9) 15

*Wir verkaufen nichts und beraten nicht im Hinblick auf den Absatz bestimmter Produkte, sondern es liegt uns eine überparteiliche, neutrale und qualifizierte Aufklärung des Verbrauchers am Herzen. In diesem Sinne möchten wir Verbrauchern einen Überblick über unterschiedliche Produktqualitäten geben und sie in die Lage versetzen, nach ihren Vorlieben und mit möglichst gutem Wissen und Gefühl das Produkt ihrer Wahl zu finden. ...* 16

*Mit seiner Überparteilichkeit trägt der Verband jenseits von Eigeneninteressen der Unternehmen zu mehr Transparenz im Markt bei.*

Ferner ist auf der Homepage unter „Wissenswertes für Verbraucher“ (Anlage K 10) aufgeführt 18

*Haben sie Fragen zum Matratzenkauf? Oder möchten Sie wissen, warum eine gute Matratze überhaupt so wichtig ist? Interessieren sie sich dafür, welche Prozesse im Schlaf in unserem Körper ablaufen?* 19

*Dann sind Sie in diesem Bereich richtig! Hier finden sie umfangreiche und neutrale Informationen zu vielen Aspekten rum um Matratzen und gesunden Schlaf. Viel Spaß beim Stöbern!* 20

sowie unter „Der Fachverband Matratzen-Industrie e.V. für Verbraucher“ (Anlage K 11) 21

*Wir sind der Verband der industriellen Hersteller von Matratzen in Deutschland sowie ihrer Zulieferer. Neben der Interessenvertretung für unsere Mitglieder ist die neutrale Information der Öffentlichkeit eines unserer wichtigsten Anliegen. Wir bewerben, verkaufen und vertreiben keine konkreten Produkte, sondern klären Verbraucher auf, indem wir ausgewogene und neutrale Informationen anbieten.* 22

Auf der Presseseite der Homepage des Beklagten (Anlage K13) findet sich die Kurzbezeichnung „Matratzen-Industrie e.V.“. In zwei Pressemitteilungen (Anlagen K7 und K14), die der Beklagte jeweils unter dem Namen „Fachverband Matratzen-Industrie e.V.“ als Schreiben bzw. auf seiner Homepage veröffentlicht hat, äußert sich der Beklagte kritisch zu den Matratzentests der Stiftung Warentest; diese würden dem Markt und der Angebotsvielfalt schaden und zu wenig den individuellen Schlafkomfort berücksichtigen. 23

Die Klägerin hat die Äußerungen des Beklagten zu seinen Mitglieder, zur Qualität seiner Informationen und sein Auftreten als Matratzenverband als unlauter weil irreführend gerügt. Der Beklagte präsentiere sich größer als er sei. Dem Beklagten gehörten nur 14 Mitglieder an. Diese würden nicht 65 % bzw. 2/3 des Marktes abdecken, sondern höchstens ein Viertel. Genaue Angaben seien ihr nicht möglich, da Zahlen der Mitbewerber nicht veröffentlicht würden. Den Beklagten treffe daher eine sekundäre Darlegungslast, der er nicht hinreichend nachgekommen sei. Der vom Beklagten vertretene Herstellerbegriff sei zu eng. Unter Hersteller fielen auch online-Anbieter wie sie selbst und D., außerdem K. als das Unternehmen, das in Deutschland insgesamt am meisten Matratzen verkaufe, überwiegend aus eigener Herstellung, ferner Discounter wie M. und B., weiter Anbieter wie C. und F. sowie Filialisten und Möbelmärkte mit Eigenmarken wie z.B. Matratzen D.. 24

Es liege ein Handeln des Beklagten im geschäftlichen Verkehr vor, auch bei den nicht unmittelbar wettbewerbsrelevanten Aussagen. Soweit der Beklagte für sich in Anspruch nehme, unabhängig, neutral, überparteilich und ausgewogen zu informieren, gehe es ihm darum, das Gewicht seiner sonstigen Äußerungen zu steigern. Tatsächlich gebe der Beklagte zu Schlafen und Matratzen keine allgemeinen und neutralen, sondern nur einseitige Informationen. Dies komme in vier Grundthesen zum Ausdruck, die der Beklagte in vielfältiger Weise auf seiner Internetseite darstelle: 25

1. Nur im stationären Fachhandel sei es möglich, die geeignete Beratung zu finden und die Matratze auszuprobieren; 26

27

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2. | eine Matratze, die für alle Körpertypen gut sei, sei schlechter als eine Matratze, die nur für einzelne Körpertypen gut und für andere ungeeignet sei;                                                                                                                                                                                                             |    |
| 3. | eine teurere Matratze enthalte bessere Materialien als eine preisgünstige Matratze;                                                                                                                                                                                                                                                                                | 28 |
| 4. | Garantien, die über die gesetzliche Gewährleistung, zumindest aber über einen Zeitraum von fünf Jahren hinausreichen, seien unseriös.                                                                                                                                                                                                                              | 29 |
|    | Dabei trete der Beklagte als Vertreter der Matratzenbranche auf, was ebenfalls irreführend sei. Der Beklagte sei ein Sprachrohr einiger Mitglieder. Dies zeige sich in einer massiven Kampagne gegen sie selbst sowie insbesondere gegen die Stiftung Warentest.                                                                                                   | 30 |
|    | Die Klägerin hat beantragt,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 31 |
|    | I. dem Beklagten zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs                                                                                                                                                                                                                                                                               | 32 |
|    | 1. mit den Aussagen zu werben:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 33 |
|    | <i>„Unsere Mitglieder, zu denen kleine und mittelständische Unternehmen ebenso wie verbundene Gruppen zählen, decken zurzeit etwa 65 Prozent dieses Marktes in Deutschland ab“</i> (wenn dies geschieht wie in Anlage K8)                                                                                                                                          | 34 |
|    | und/oder                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 35 |
|    | <i>„Derzeit sind dem Verband 15 Matratzenhersteller als Vollmitglieder angeschlossen, die etwa zwei Drittel des deutschen Sektors abdecken.“</i> (wenn dies geschieht wie in Anlage K5);                                                                                                                                                                           | 36 |
|    | und/oder                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 37 |
|    | 2. sich gegenüber Dritten als „unabhängig“, „neutral“ und/oder „überparteilich“ auszugeben und/oder anzugeben, „neutrale“ oder „ausgewogene und neutrale“ und/oder „ausgewogene und unabhängige“ Informationen anzubieten, wenn das geschieht wie in den Anlagen K8, K9, K10 und/oder K11;                                                                         | 38 |
|    | 3. unter dem Namen „Matratzenverband“ oder „Fachverband Matratzen-Industrie“ aufzutreten, wenn das geschieht wie in den Anlagen K5, K7, K8, K11, K13 und/oder K14;                                                                                                                                                                                                 | 39 |
|    | II. dem Beklagten anzudrohen, dass für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen die in Ziffer I. ausgesprochenen Verpflichtungen ein Ordnungsgeld bis zu 250.000 € und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, eine Ordnungshaft bis zu 6 Monaten für ihren Vorstand festgesetzt werden kann;                                                        | 40 |
|    | III. den Beklagten zu verurteilen, an sie einen Betrag von 3.509,19 € zuzüglich Zinsen in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszins zu zahlen.                                                                                                                                                                                                                  | 41 |
|    | Der Beklagte hat beantragt,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 42 |
|    | die Klage abzuweisen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 43 |
|    | Der Beklagte hat vorgetragen, dass die beanstandeten Veröffentlichungen als Werbung in eigener Sache keine geschäftliche Handlung darstellten, wenn wie hier die Grenze zulässiger Eigenwerbung nicht überschritten werde. Er äußere sich lediglich zur Mitgliederstruktur und nehme im Übrigen einen Informationsauftrag wahr, wie er sich aus § 2 seiner Satzung | 44 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ergebe. Zu den allgemeinen Themen Schlafen, Matratzen und Matratzenkauf werde nicht zugunsten eines bestimmten Unternehmens oder zugunsten einer bestimmten Produktgruppe berichtet. Nach § 2 Nr. 1 e) der Satzung sei es seine Aufgabe, unlauterem Wettbewerb, also z.B. falschen Anreizen entgegenzutreten. Bezüglich der Sinnhaftigkeit einer qualifizierten Beratung im Fachhandel, der Fragwürdigkeit des Konzepts „One-fits-all-Matratze“, der Sinnlosigkeit überlanger Garantieverprechen und der Aussagekraft von Preisen äußere er seine Meinung, die gemäß Art. 5 GG geschützt sei, und die sich jeweils auch gegen eigene Mitglieder richte. Er argumentiere nicht gegen den Onlinehandel, zumal viele seiner Mitglieder ebenfalls Onlinehandel trieben. |    |
| Die Aussage, seine Mitglieder würden zurzeit etwa 65 Prozent bzw. 2/3 des Marktes in Deutschland abdecken, sei zutreffend. Im Kontext beziehe sich die Aussage auf industrielle Hersteller von Matratzen mit entsprechenden Produktionsflächen, die die vier Schritte in der industriellen Matratzenfertigung - Entwicklung, Kernherstellung, Bezugherstellung, Zusammenfügung - im Wesentlichen selbst ausführten. Die Klägerin setzte fehlerhaft Anbieter von Matratzen mit Herstellern gleich. Auch die Angabe zur Anzahl der Mitglieder sei richtig. Bei der FComfort Group handle es sich um einen Konzern, von dem zwei Gesellschaften Mitglied seien, nämlich die G. GmbH & Co. KG sowie die N. GmbH & Co. KG.                                               | 45 |
| Mit Urteil vom 02.04.2019, auf das wegen der weiteren Einzelheiten gemäß § 540 Abs. 1 ZPO Bezug genommen wird, hat das Landgericht die Klage abgewiesen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 46 |
| Mit ihrer Berufung hält die Klägerin ihr Begehren in vollem Umfang aufrecht, unter Wiederholung und Vertiefung des erstinstanzlichen Vorbringens insbesondere zum maßgeblichen Herstellerbegriff.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 47 |
| Die Klägerin beantragt sinngemäß,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 48 |
| das Urteil des Landgerichts vom 02.04.2019 abzuändern und nach ihren in erster Instanz gestellten Anträgen neu zu fassen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 49 |
| Der Beklagte beantragt,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 50 |
| die Berufung zurückzuweisen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 51 |
| Er verteidigt die angefochtene Entscheidung.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 52 |
| II.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 53 |
| Die zulässige Berufung hat in der Sache keinen Erfolg.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 54 |
| Der Kläger hat keinen Anspruch auf Unterlassung aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1, § 3, § 5 UWG. Der Annexanspruch auf Erstattung der Abmahnkosten, § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG, folgt dem Schicksal des Unterlassungsanspruchs.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 55 |
| Nach § 8 Abs 1 UWG kann derjenige, der eine nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt, von jedem Mitbewerber bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 56 |
| 1. Bezüglich der Klageanträge zu 1 und 2 fehlt es bereits an der erforderlichen geschäftlichen Handlung. Die konkreten Verletzungsformen K5, K8, K9, K10 und K11, auf die die Klageanträge zu 1 und 2 Bezug nehmen, betreffen jeweils Ausschnitte aus dem Internetauftritt des Beklagten, in denen dieser sich selbst darstellt.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 57 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG ist eine geschäftliche Handlung jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt. Von einer geschäftlichen Handlung i.S.d. § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG kann nur ausgegangen werden, wenn die Handlung bei der gebotenen objektiven Betrachtung dem Ziel der Förderung des Absatzes oder Bezugs von Waren oder Dienstleistungen dient. Dient die Handlung vorrangig anderen Zielen als der Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung von Verbrauchern in Bezug auf Produkte und wirkt sie sich lediglich reflexartig auf die Absatz- oder Bezugsförderung aus, so stellt sie keine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar. Weltanschauliche, wissenschaftliche, redaktionelle oder verbraucherpolitische Äußerungen von Unternehmen oder anderen Personen, die nicht in funktionalem Zusammenhang mit der Absatz- oder Bezugsförderung stehen, unterfallen demnach nicht dem UWG (BGH GRUR 2016, 710 – Im Immobiliensumpf, juris-Tz. 12, m.w.N). | 58 |
| Das Handeln eines gemeinnützigen Vereins kann zwar den danach erforderlichen Unternehmensbezug aufweisen, wenn der Verein im Wettbewerb tätig wird und sich tatsächlich unternehmerisch betätigt, z.B. indem er selbst Waren veräußert oder seine Mitgliederwerbung der Förderung des Wettbewerbs der Mitgliedsunternehmen dient (s. Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 37. Aufl., § 2 Rn. 18, 24, 28, 40), für die mit den Klageanträgen zu 1 und 2 angegriffenen Äußerungen fehlt es jedoch an dem erforderlichen Marktbezug.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 59 |
| a) Mit den Angaben zur Anzahl und dem Marktanteil seiner Mitglieder, die Gegenstand des Klageantrags zu 1 sind, äußert sich der Beklagte gleichsam privat und im eigenen Interesse zur eigenen Person in seiner Eigenschaft als eingetragener Verein. Bei objektiver Betrachtung unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalles, insbesondere des Gesamtkontextes, in dem die gerügten Angaben stehen, kann nicht festgestellt werden, dass die angegriffenen Sachinformationen der Beeinflussung von Verbrauchern dienen sollen oder sonst in funktionalem Zusammenhang mit einer Absatzförderung stehen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 60 |
| Ob Angaben des Beklagten zur Anzahl und dem Marktanteil seiner Mitglieder in einem anderen als dem durch die konkreten Verletzungsformen vorgegebenen Zusammenhang - z.B. dann, wenn sie unmittelbar mit den vier von der Klägerin formulierten Thesen verbunden würden - lauterkeitsrechtlich angreifbar wären, kann dahinstehen. Diese Frage ist nicht Gegenstand des vorliegenden Verfahrens. Keine der Thesen findet sich auch nur ansatzweise in der Anlagen K5 oder K8.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 61 |
| b) Die mit dem Klageantrag zu 2 gerügten Darstellungen des Beklagten zu seinem Eigenanspruch, unabhängig, neutral, überparteilich und ausgewogen zu informieren, stehen ebenfalls in keinem funktionalen Zusammenhang mit einer Absatzförderung. Der Beklagte gibt unter den Abschnitten „Überparteilichkeit“ (Anlage K9) sowie „Engagement und Kommunikation“ (Anlage K8) vor, was er mit unabhängig, neutral, überparteilich und ausgewogen meint:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 62 |
| <i>„Wir verkaufen nichts und beraten nicht im Hinblick auf den Absatz bestimmter Produkte ... Der Verband ... kann nicht immer allen Interessen der einzelnen Mitglieder gerecht werden ...“</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 63 |
| <i>„Das bedeutet, dass wir eben nicht über die Vorzüge einzelner Produkte informieren und auch keine Matratzen verkaufen...“.</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 64 |

Eine solche in ihrem Kern zutreffende Selbstdarstellung - der Beklagte verkauft selbst keine Matratzen und rät auch nicht zum Kauf bestimmter Matratzen, seine Kritik z.B. am Online-Handel mit Matratzen, an überzogenen Garantiezeiten oder an der sog. One-fits-all-Matratze trifft jeweils auch Teile der eigenen Mitglieder - lässt keinen unmittelbaren Wettbewerbsbezug erkennen und kann dem Beklagten nicht generell untersagt werden. Eine Verbindung zu den von der Klägerin angeführten vier Thesen, durch die möglicherweise ein funktionaler Bezug zu einer Absatzförderung hergestellt werden könnte, lässt sich dem Klageantrag nicht entnehmen. Keine der Thesen finden sich so wie von der Klägerin formuliert in den Anlagen K8 bis K11, auch nicht in der Anlage K9, in der der Beklagte ausführt, dass und warum er überzogene Garantiezeiten von sogar bis zu 25 Jahren für ein unverantwortliches Marketinginstrument hält, und in der er Kunden dafür sensibilisieren möchte, im Handel qualifizierte Beratung einzufordern. 65

2. Bei den Anlagen K7 und K14, die (u.a.) Gegenstand des Klageantrages zu 3 sind, geht es zwar (anders als bei den Anlagen K5, K11, K11 und auch K13) um eine geschäftliche Handlung i.S.d. § 3 Abs. 1, § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG, dieses ist jedoch unter dem mit dem Klageantrag zu 3 gerügten Aspekt - dem Namen / Auftreten des Beklagten - nicht als unlauter zu beanstanden. Ob die kritischen Äußerungen des Beklagten zum Matratzentest der Stiftung Warentest lauterkeitsrechtlich zulässig sind, ist nicht Gegenstand des vorliegenden Verfahrens (mit dieser Frage hat sich der Senat im Verfahren 6 W 115/18 = 81 O 124/18 LG Köln befasst). 66

a) Wie der Senat bereits im Verfahren 6 W 115/18 mit Beschluss vom 20.12.2018 ausgeführt hat, sind die Pressemitteilungen des Beklagten objektiv geeignet, fremden Wettbewerb zum Nachteil der Antragstellerin zu begünstigen. Der außergewöhnliche Erfolg der Bodyguard-Matratze beruht ganz wesentlich auf den Testergebnissen der Stiftung Warentest und der unüblichen Auszeichnung als „beste je getestete Matratze“. Das Infragestellen der Testkriterien pp. kann dazu führen, dass der Verbraucher den Bewertungen der Stiftung Warentest weniger Bedeutung beimisst. Dies ist geeignet, den Absatz der Mitglieder des Beklagten zu fördern, zu Lasten des Absatzes der Klägerin. Es ist davon auszugehen, dass der Beklagte mit entsprechender Absicht tätig geworden ist, und dass diese Absicht nicht völlig hinter anderen Beweggründen zurücktritt. Bei Äußerungen im Rahmen einer Anzeigen-/Presseaktion durch einen Verband, dessen Satzungszweck es ist, die wirtschaftlichen Interessen seiner Mitglieder wahrzunehmen, spricht hierfür bereits eine tatsächliche Vermutung (vgl. BGH GRUR 1992, 707 - Erdgassteuer, juris-Tz. 22). Diese Vermutung ist nicht widerlegt. Unter Berücksichtigung der Gesamtumstände, insbesondere des Inhalts der Erklärungen gemäß den Anlagen K7 und K14, verfolgt der Beklagte mit den Presseaktionen nicht nur das Ziel einer kritischen öffentlichen Auseinandersetzung über die Matratzentests der Stiftung Warentest, sondern auch Wettbewerbszwecke, nämlich eine Relativierung der Werbewirksamkeit der Testergebnisse der Stiftung Warentest und der Auszeichnung „beste jemals getestete Matratze“. 67

b) Die Bezeichnung „Fachverband Matratzen-Industrie“ in den Anlagen K7 und K14 ist jedoch nicht als irreführend i.S.d. § 5 UWG zu beanstanden. Mit dem Begriff „Verband“ verbindet der Verkehr die Vorstellung einer kleineren oder größeren Vereinigung, die die rechtliche und wirtschaftliche Selbständigkeit ihrer Mitglieder unangetastet lässt und sich auf die Verwirklichung oder Vertretung gemeinsamer Interessen beschränkt. Für einen Fachverband ist zu verlangen, dass die ihm angehörenden Betriebe die Qualität von Fachbetrieben besitzen (s. Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 37. Aufl., § 5 Rn. 4.39, 4.40, 4.41, m.w.N.). Diese Voraussetzungen sind vorliegend gegeben. Nach dem eigenen Vortrag der Klägerin Seite 6 der Klageschrift sind die Vollmitglieder des Beklagten als „klassische“ 68

Matratzenhersteller anzusehen. Zu ihnen gehören namhafte Unternehmen wie T., U. und G. mit entsprechender Expertise. Der Beklagte suggeriert mit seinem Namen auch nicht, die gesamte Matratzenindustrie oder gar den gesamten Matratzenhandel zu repräsentieren. Er verwendet keine Zusätze, die (wie z.B. „Bundes“-Verband oder „Der“ Verband, vgl. Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 37. Aufl., § 5 Rn. 4.39) Assoziationen über seine Größe und Bedeutung hervorrufen könnten.

Dass der Beklagte als „Fachverband Matratzen-Industrie“ gemäß § 4 Abs. 1 seiner Satzung nur industriellen Herstellern von Matratzen offen steht und nicht z.B. den Matratzenhändlern - auch dann nicht, wenn diese fremd produzierte Matratzen unter einer eigenen Handelsmarken vertreiben -, steht in Einklang mit der Vereinsbezeichnung. 69

Soweit die Klägerin den Vorwurf der Irreführung maßgeblich darauf stützt, dass es sich bei dem Beklagten tatsächlich um den Lobbyverband einiger weniger Hersteller handele, der sich nicht wirklich anderen Herstellern öffne und bei seinen bisherigen Mitgliedern andere Maßstäbe anwende als bei anderen Unternehmen wie sie selbst, K., B. oder D., hat sie weder hinreichende Tatsachen vorgetragen, die diese bestrittene Mutmaßung stützen könnten, noch geeigneten Beweis angeboten. Der Beklagte hat seinerseits im Schriftsatz vom 12.03.2019 (Bl. 200 ff. GA) detailliert dargelegt, dass/wie seine Mitglieder bei der industriellen Matratzenproduktion in entsprechend großen eigenen Produktionsstätten vorgehen. Diesen Vortrag hat die Klägerin nicht widerlegt. Dass nach ihrem Vorbringen C1., G1. und E. keine eigenen Schäumereien unterhalten und Latexkerne von keinem Mitglied der Beklagten selbst hergestellt werden, steht nicht in Widerspruch zur Darstellung des Beklagten. Soweit die Klägerin bestritten hat, dass die Bearbeitung der Kerne von allen Mitgliedern des Beklagten selbst durchgeführt werde, fehlt es an einem konkreten Gegenvortrag und Beweisantritt, ebenso für ihre Behauptung, die drei o.a. Firmen erhielten die Bezüge von Zulieferern. Nach dem Vorbringen des Beklagten unterhalten 14 der 15 Hersteller eigene Nähereien. 70

Insgesamt ändert das Vorbringen der Klägerin dazu, dass Mitglieder des Beklagten mit teilweise vorgefertigten Einzelteilen arbeiteten, aber auch nichts daran, dass alle Mitglieder des Beklagten - unbestritten - über industrielle Produktionsstätten zur Fertigstellung ganzer Matratzen verfügen. Dass sie selbst oder Dritte, die Interesse an einem Beitritt zum Beklagten haben, über solche Produktionsstätten verfügen, legt die Klägerin nicht nachvollziehbar dar, so dass ihr Vorwurf, der Beklagte messe mit zweierlei Maß, ins Leere geht. Zu ihrer eigenen Matratze behauptet die Klägerin lediglich, dass die Produktidee von ihr stamme, dass sie den gesamten Produktionsprozess organisiere und überwache, und dass sie die nach ihren Vorgaben von Drittunternehmen hergestellten Produktionsbestandteile zusammenführe. Dieser vage Vortrag genügt für die Annahme, die Klägerin sei eine industrielle Matratzen-Herstellerin, nicht. 71

c) Der Begriff „Matratzenverband“ ist in der Anlage K7 im Briefkopf (mail@matratzenverband.de, www.matratzenverband.de) verwendet worden. Die Anlage K14 ist Teil des Webauftrets des Beklagten. Beide Presseerklärungen sind vom Beklagten unter seinem Namen „Fachverband Matratzen-Industrie e.V.“ herausgegeben worden. „Matratzenverband“ wird insoweit vom Leser der Presseerklärungen als Kurzbezeichnung / Synonym für den Beklagten verstanden. Eine Irreführung ist auch damit nicht verbunden. 72

III. 73

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs.1 ZPO, die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit auf §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO. 74

Das Urteil betrifft die tatrichterliche Übertragung allgemein anerkannter Auslegungs- und Rechtsanwendungsgrundsätze auf einen Einzelfall, so dass kein Anlass besteht, gemäß § 543 Abs. 2 ZPO die Revision zuzulassen. 75

Gegenstandswert für das Berufungsverfahren: 250.000,00 €. 76

|       |      |        |    |
|-------|------|--------|----|
| Nolte | Büch | Hammer | 77 |
|-------|------|--------|----|