

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 3

- Sauerteig -

Zu den Anforderungen an die Feststellung der Irreführung des Endverbrauchers (von Brot) durch Werbeaussagen, mit denen der Hersteller eines Backhilfsmittels sich unmittelbar nur an die Bäcker wendet.

BGH, Urt. v. 2. Februar 1983 - I ZR 199/80 - OLG München
LG Memmingen

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 199/80

URTEIL

Verkündet am

2. Februar 1983
Mehrhof
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Firma U[REDACTED] S[REDACTED] Vater & Sohn E[REDACTED] (Kommanditgesellschaft),
G[REDACTED]straße [REDACTED], N[REDACTED]-U[REDACTED] gesetzlich vertreten durch ihre
persönlich haftende Gesellschafterin Firma C[REDACTED] Fabrik für
Backbedarf GmbH, gesetzlich vertreten durch ihren persönlich
haftenden Gesellschafter Dr. Hermann E[REDACTED],

Klägerin, Widerbeklagte und
Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und
Dr. [REDACTED] -

g e g e n

Firma Ul[REDACTED] Backmittel GmbH, D[REDACTED]straße [REDACTED], N[REDACTED]-U[REDACTED],
gesetzlich vertreten durch ihren Geschäftsführer Georg Sc[REDACTED],

Beklagte, Widerklägerin und
Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und
Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat
auf die mündliche Verhandlung vom 2. Februar 1983
durch die Richter Alff, Dr. Zülch, Dr. Piper,
Dr. Erdmann und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das
Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandes-
gerichts München vom 16. Oktober 1980
aufgehoben. Die Sache wird zur anderweiten
Verhandlung und Entscheidung - auch über
die Kosten der Revision - an das Berufungs-
gericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Parteien sind Konkurrenten in der Herstellung und
im Vertrieb von Brotbackhilfsmitteln für Bäcker.

Die Klägerin hat gegen die Beklagte in den Vorinstan-
zen das Verbot einer Werbeaussage erwirkt, das nicht Gegen-
stand des Revisionsverfahrens ist.

Sie selbst warb für verschiedene Teigsäuerungsmittel,
die sie unter Verwendung synthetischer Säuren herstellte,
mit Wendungen, wie sie im folgenden Widerklageantrag der
Beklagten wiedergegeben sind. Mit diesem Antrag hat die
Beklagte begehrt,



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

die Klägerin unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, die Behauptungen zu unterlassen,

1. das von ihr hergestellte und vertriebene Teigsäuerungsmittel "Brotsauer" sei eine Wirkstoffkombination
 - a) für einen Brotgeschmack und eine Brotkrume "wie mit Sauerteig"
 - b) für langanhaltende "Verzehrfrische wie mit Sauerteig"
 - c) für rationelle Herstellung "plus Sauerteigqualität"
 - d) für alle, die ihren Kunden kerniges, kräftiges Brot "mit den Qualitätsmerkmalen des Sauerteigs" anbieten wollen.
2. das von ihr hergestellte und vertriebene Teigsäuerungsmittel "Backsauer R 22" bewirke einen ausgeprägten "Sauerteiggeschmack",
3. das von ihr hergestellte und vertriebene Teigsäuerungsmittel "Quellmild" bewirke einen mild-aromatischen "Sauerteiggeschmack",
4. das von ihr hergestellte und vertriebene Teigsäuerungsmittel "Backhilfe 1010 S" bewirke einen Brotgeschmack wie mit Vollsauer, und Krumenstruktur und Krumenlockerung des unter Zuhilfenahme dieses Produkts hergestellten Brotes entspreche ebenfalls einem Vollsauerteigbrot.

Das Landgericht hat die Widerklage abgewiesen. Auf die Berufung der Beklagten hat das Berufungsgericht dem Widerklageantrag in vollem Umfang entsprochen. Hiergegen richtet sich die Revision der Klägerin, mit der sie ihren Abweisungsantrag weiterverfolgt. Die Beklagte beantragt Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat in den angegriffenen Werbeaussagen der Klägerin einen Verstoß gegen § 3 UWG

gesehen. Es hat angenommen, daß ein erheblicher Teil des Verkehrs bei flüchtiger Betrachtung - von der auszugehen sei - den Eindruck gewinnen werde, bei einer mit dem Erzeugnis der Klägerin hergestellten Ware handele es sich um Sauerteig; aber auch die erheblichen Teile des Verkehrs, die der Werbung nur die Ähnlichkeit der Erzeugnisse mit Sauerteig entnähmen, würden aus dem Hinweis auf diese Ähnlichkeit schließen, daß es sich bei den Erzeugnissen der Klägerin ebenso wie bei Sauerteig um natürliche, keine synthetischen Stoffe enthaltende Nahrungsmittel handele. Dies treffe jedoch nicht zu, da für die Teigsäuerungsmittel der Klägerin synthetische Säuren verwendet würden. Daß die Klägerin ihre Ware nicht an Endverbraucher, sondern nur an Bäcker abgebe, sei ohne Bedeutung; denn diese würden aufgrund ihrer Sachkunde ohne weiteres erkennen, daß die benutzten Bezeichnungen nicht für sie bestimmt seien, sondern von ihnen nur übernommen und gegenüber den Verbrauchern benutzt werden sollten.

II. Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

1. Das Berufungsgericht hat die Richtigkeit der Werbeaussagen über die Qualität des infrage stehenden Erzeugnisses der Klägerin, die von der Beklagten bestritten war, unterstellt. Von diesem unterstellten Sachverhalt ist auch in der Revisionsinstanz auszugehen.

2. Unter dem von der Werbung der Klägerin irreführenden Verkehr hat das Berufungsgericht die Endverbraucher von Brot verstanden; die Möglichkeit einer Irreführung auch der unmittelbar angesprochenen Fachkreise (Bäcker) hat es nicht festgestellt und - wie seine Ausführungen auf S. 7 und 8 BU erkennen lassen - auch nicht annehmen wollen. Dies begegnet keinen rechtlichen Bedenken und wird auch von der Revision - als ihr günstig - nicht angegriffen.

3. Das Berufungsgericht hat weiter angenommen, daß ein nicht unerheblicher Teil der Endverbraucher von Backwaren den im Berufungsurteil aufgezeigten Irrtümern über die Identität der Erzeugnisse der Klägerin mit Sauerteig oder - wohl eher - über eine ähnlich "natürliche" Beschaffenheit der angebotenen Erzeugnisse erliegen könnten, da bei Laien die hierfür erforderliche Flüchtigkeit der Betrachtungsweise und/oder die Unkenntnis der Beschaffenheit von saureteigähnlich angebotenen Brotsäuerungsmitteln vorausgesetzt werden müßte. Diese Annahme ist nicht erfahrungswidrig und läßt auch sonst einen Rechtsfehler nicht erkennen.

4. Die Werbung der Klägerin richtet sich jedoch unmittelbar nicht an Endverbraucher, sondern an die Fachkreise der Brothersteller. Das Berufungsgericht hat dies nicht verkannt, aber als rechtlich bedeutungslos erachtet. Dies begegnet rechtlichen Bedenken.

Die - vom Berufungsgericht nicht näher begründete - Annahme, die angesprochenen Bäcker würden aufgrund ihrer Sachkunde ohne weiteres erkennen, daß die von der Klägerin benutzten Aussagen nicht für sie bestimmt seien, sondern von ihnen gegenüber Endverbrauchern benutzt werden sollten, findet nämlich weder im Inhalt und in der Form der Werbung, noch in der allgemeinen Lebenserfahrung eine hinreichende Stütze.

Die Annahme einer akuten Gefahr der Verwendung der angegriffenen Werbeaussagen auch gegenüber dem Endverbraucher hätte die Feststellung erfordert, daß und in welchem Umfang bei Brotherstellern überhaupt die Gepflogenheit und/oder die Neigung besteht, an sie gerichtete Werbeaussagen über die Qualität bloßer Herstellungsmittel (= Backhilfsmittel) in der Werbung gegenüber Endverbrauchern zu verwenden. Eine

solche Feststellung hat das Berufungsgericht nicht getroffen, so daß entgegen seiner Annahme auf der derzeitigen Tatsachengrundlage nicht von einer Irreführungsgefahr auch für Endverbraucher ausgegangen werden kann. Hinsichtlich des von ihm angenommenen Verständnisses des Zwecks der Werbeaussage durch die Fachkreise und deren Verhalten, insbesondere hinsichtlich der vermeintlichen Mittlerrolle der Fachkreise bei der Weitergabe der Werbung an Endverbraucher wird das Berufungsgericht die erforderlichen Feststellungen nachzuholen haben.

Solche Feststellungen lagen auch in früheren Fällen vor, in denen der Bundesgerichtshof die Frage einer unmittelbaren Irreführung des Endverbrauchers durch Herstellerangaben bejaht hat. So lag im Urteil vom 27.6.1961 (GRUR 1961, 545 = WRP 1961, 240 - Plastic-Folien -) der Annahme einer Irreführung auch der Endverbraucher durch lederähnliche Dessin-Bezeichnungen ("Box", "Saffian", "Juchten") für Plastic-Folien die tatsächliche Feststellung zugrunde, daß die Übernahme und Verwendung solcher vom Hersteller kreierter Dessin-Bezeichnungen auch in Verkaufsgesprächen des Einzelhandels sehr naheliege und diese Gefährdung vom Hersteller selbst eingeräumt worden sei; und im Falle des Urteils vom 21.6.1967 (GRUR 1968, 200 = WRP 1967, 440 - "Acrylglas" -) war - noch weitergehend - festgestellt worden, daß die Irreführung der Endverbraucher durch die Materialbezeichnung "Acrylglas" deshalb unvermeidbar war, weil der Begriff in Katalogen bzw. Prospekten verwendet wurde, deren Aushändigung an die (letzterverbrauchenden) Kunden weithin üblich war.

III. Die Klageansprüche können aufgrund des bisher festgestellten Sachverhalts auch nicht auf die - vom Berufungsgericht von seinem Standpunkt aus zu Recht nicht mehr geprüfte - Vorschrift des § 1 UWG gestützt werden.

Zwar hat der Bundesgerichtshof in seinem Urteil vom 16.10.1966 (GRUR 1967, 360 = WRP 1967, 184 - Maßkleidung -) entschieden, daß es unabhängig von der Gefahr einer Täuschung wettbewerbswidrig sein kann, wenn Vorstellungen des Verkehrs von der besonders hohen Qualität eines Erzeugnisses in der Werbung für ein eigenes, diesen Qualitätserwartungen insgesamt nicht entsprechendes Produkt dadurch ausgenutzt werden, daß das eigene Erzeugnis unmittelbar in gleichstellend-vergleichende Beziehung zu dem anerkannt hochwertigen Konkurrenzprodukt gesetzt wird. Jener Entscheidung lag jedoch die Feststellung zugrunde, daß der Verkehr mit Maßkleidung nicht allein die Paßform, sondern auch die Art der Verarbeitung u.ä. betreffende außergewöhnlich hohe Qualitätsvorstellungen verband, die eine Werbung mit dem Slogan "Kleidung wie nach Maß" für eine diesen hohen Vorstellungen insgesamt nicht entsprechende Konfektionskleidung als unlauter erscheinen ließen. Vergleichbare Vorstellungen des maßgeblichen Verkehrs in Bezug auf Sauerteig und sein Verhältnis zu anderen Brotsäuerungsmitteln sind im vorliegenden Fall jedoch nicht festgestellt, von den Parteien auch nicht substantiiert vorgetragen.

IV. Das angefochtene Urteil konnte deshalb keinen Bestand haben; es war aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung - auch über die Revisionskosten - an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

Alff

Zülch

Piper

Erdmann

Teplitzky