

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 44/69

URTEIL

Verkündet am

19. Februar 1971

W e r n e r ,
Justizhauptsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma T [REDACTED] Frisch-Röst-Kaffee Max H [REDACTED], Ha [REDACTED] [REDACTED],
C [REDACTED] [REDACTED],

Klägerin, Revisionsklägerin
und Revisionsbeklagten,

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

gegen

die Firma Deutsche N [REDACTED] AG, F [REDACTED] (M [REDACTED]), Ma [REDACTED]
Landstraße [REDACTED], vertreten durch die Herren Alfred A. K [REDACTED],
Karl-Alfred F [REDACTED], Werner O [REDACTED], ebenda,

Beklagte, Revisionsbeklagte
und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 5. Februar 1971 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Alff, Dr. Sprenkman, Dr. Schönberg und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Unter Abänderung der Urteile des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts in Hamburg vom 24. Oktober 1968 und der 15. Zivilkammer des Landgerichts Hamburg vom 6. Dezember 1967

wird auf die Rechtsmittel der Klägerin die Verurteilung der Beklagten nach Ziff. I, 1 sowie II und III des landgerichtlichen Urteils ferner auf die Werbewendung "reiner Kaffee" und "nichts als Kaffee" erstreckt,

weiter wird auf die Rechtsmittel der Beklagten die Klage auch bezüglich der Werbewendung "aromatischer Kaffee" abgewiesen.

Im übrigen werden die Revisionen der Klägerin und der Beklagten zurückgewiesen.

Von den Kosten des Rechtsstreits hat die Klägerin 3/4 und die Beklagte 1/4 zu tragen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin vertreibt gerösteten Bohnenkaffee, ferner Kaffee-Extrakte, die sie aus eigenem Röstkaffee bei der Deutschen Extrakt-Kaffee GmbH herstellen läßt.

Die Beklagte stellt Kaffee-Extrakte her, die sie unter den Bezeichnungen "N[REDACTED]" und "N[REDACTED] Gold"

- 3 -

vertreibt. Sie ist Inhaberin des am 4. April 1961 angemeldeten und am 20. Mai 1961 - für Kaffee, koffeinfreien Kaffee, Kaffee-Ersatzmittel und Extrakte für Genußzwecke aus den genannten Waren - eingetragenen Warenzeichens Nr. 748 987 "N[REDACTED]". Ihr "N[REDACTED]" ist ein seit langem im Handel eingeführter Kaffee-Trockenextrakt in Pulverform, der in einem bestimmten Extraktions- und Verarbeitungsverfahren im wesentlichen durch Trocknen eines wässerigen Auszuges ausschließlich aus gerösteten, zerkleinerten Kaffeebohnen gewonnen wird. "N[REDACTED] Gold" ist ein im Juni 1965 neu eingeführter Kaffee-Trockenextrakt, der dem Produkt Nescafé im Grundprinzip der Herstellung entspricht, gleichwohl aber in mancher Beziehung nach einem neuartigen Verfahren hergestellt wird. "N[REDACTED] Gold" weist zum Unterschied von "N[REDACTED]" optisch eine körnige Struktur auf; die einzelnen Körnchen bestehen im Gegensatz zu den harten Körnchen gemahlenden Röstkaffees aus leicht zerreibbaren Pulverklümpchen. Beide Erzeugnisse der Beklagten sind unmittelbar wasserlöslich.

Die Beklagte kennzeichnet ihren Kaffee-Extrakt auf dem Etikett des Verkaufsglases mit dem stark hervortretenden Warenzeichen "N[REDACTED]" und der in kleinen Buchstaben vermerkten Angabe "reiner löslicher Kaffee", "spezialgefiltert". In einer Texterklärung auf dem Etikett heißt es:

"Nescafé wird ausschließlich aus reinem Bohnenkaffee und nach einem Verfahren zur Erhaltung des Aromas hergestellt. Die sorgsame Spezialfilterung garantiert die hohe Qualität und Reinheit."



Unter diesem Text steht in größeren Buchstaben "Bohnen-Kaffee-Extrakt".

Das Etikett des Deckglases, in dem die Beklagte ihr Produkt "N[REDACTED] Gold" vertreibt, trägt in großen, stark hervortretenden Buchstaben die Aufschrift "N[REDACTED] Gold". Darunter steht in kleinerer Schrift "spezial-gefiltert". Die seitlich in sehr kleiner Schrift angebrachte Texterklärung lautet (einschließlich der Originalunterstreichung) insbesondere:

"N[REDACTED] Gold ist ein besonders wertvoller reiner löslicher Kaffee. Die sorgsame Spezial-Filterung garantiert die hohe Qualität und Reinheit.

Das Aroma und der feine Geschmack sind durch die neue Vakuum-Frost-Herstellung in N[REDACTED] Gold eingefangen und bewahrt. ..."

In der zweiten Textspalte des Etiketts steht in größeren Buchstaben "Bohnenkaffee-Extrakt", außerdem in Kleinschrift "Der Kaffeesatz ist abgefiltert" und die Angabe "erlesene Qualität".

Die Beklagte wirbt für ihre Erzeugnisse u.a. mit folgenden Angaben:

"löslicher Kaffee"

"reiner Kaffee"

"reiner löslicher Kaffee"

"Kaffee, N[REDACTED], reiner, löslicher Kaffee"

"Nescafé ... löslicher Bohnenkaffee, reiner, löslicher Kaffee"

"löslicher Bohnenkaffee ohne jeden Zusatz, rein und gehaltvoll"

"So gut im Aroma, so gut im Geschmack"

"gehaltvoller Kaffee (im Geschmack und im Aroma)"

"Denn N[REDACTED] ist völlig reiner, löslicher Kaffee
- sonst nichts"

(Wir) ... "kochen Kaffee mit viel Sorgfalt und
noch mehr Erfahrung. Dann nehmen wir das Wasser
weg. Übrig bleibt Kaffee ohne Satz, ohne Wasser,
Nescafé."

"Jede Tasse N[REDACTED] Gold schenkt Ihnen vollen
Kaffeegenuß - mühelos, ohne Filtern, ohne Kaffee-
satz ..."

"Deshalb haben Sie für DM 3,95 nicht nur die
Mischung acht erlesener Kaffeesorten gekauft
(aromatisch, gehaltvoll, ohne jeden Zusatz),
sondern auch ..."

"Mischung acht erlesener Kaffeesorten"

"Nicht einfach Kaffee. Sondern acht ausgewählte
Kaffee-Sorten traditioneller Anbaugebiete"

"Sie sehen es ... N[REDACTED] Gold ist anders ...
wie gemahlener Bohnenkaffee ... körnig, aber
sofort löslich!"

In Millionen Kaffeekörnchen ist das eingefangen,
was Sie sich von ihrem Bohnenkaffee wünschen.
Sie schmecken es! Den herrlichen Geschmack, die
Ausgewogenheit einer Mischung von Kaffeesorten
aus anerkannten Kaffeeländern ..."

"N[REDACTED] - von Kaffeekennern so sorgfältig vorbe-
reitet wie Ihr Filterkaffee zu Hause".

Die Klägerin hält die Beklagte für verpflichtet, es
zu unterlassen, die Worte "Kaffee", "N[REDACTED]" und ähnliche
Wortverbindungen innerhalb der Warenkennzeichnung und in
der Werbung zu verwenden, es sei denn, sie weise jeweils
gleichzeitig und für die Verbraucher klar erkenntlich
darauf hin, daß es sich bei ihren Kaffee-Erzeugnissen um
Kaffee-Extrakte handele. Die Verwendung des Begriffes
"Kaffee" sei ohne einen derartigen Hinweis irreführend.
"Kaffee" sei nach § 1 Abs. 1 KaffeeVO der nur aus Kaffee-
bohnen bestehende Bohnenkaffee. Die Beklagte erwecke mit

inhaltlich unrichtiger Beschriftung auf den Warenpackungen und mit irreführenden Werbeangaben bei den angesprochenen Verbrauchern systematisch den unzutreffenden Eindruck, ihre Extraktkaffee-Erzeugnisse seien nichts anderes als pulverisierte Kaffeebohnen mit dem vollen Aroma und von der Qualität frischgerösteter Kaffeebohnen, seien jedoch dem normalen Bohnenkaffee insoweit überlegen, als sie ohne Vorbereitung unmittelbar wasserlöslich und ein Kaffee ohne Satz seien. In Wahrheit bestünden zwischen Röstkaffee und Kaffee-Extrakten jedoch erhebliche Unterschiede in Beschaffenheit und Qualität, insbesondere durch einen rigorosen, stundenlangen Extraktionsprozeß bei extrem hohen Temperaturen und bei extrem hohem Druck, so daß der schließlich gewonnene Kaffee-Extrakt ungenießbare Füllstoff-Bestandteile enthalte. Ferner hätten die Trockenextrakte der Beklagten auch nicht das Aroma frisch gerösteten Bohnenkaffees. Vielmehr würden den Produkten lediglich die vor dem aromaschädigenden Extraktionsprozeß entzogenen Aromastoffe nachträglich, d.h. zwischen Trocknung und Abpacken, künstlich wieder zugesetzt. Trotzdem enthalte das aus den Trockenextrakten der Beklagten zubereitete Getränk nur 42,5 bis 50 % der Aromastoffe eines aus frischem Röstbohnenkaffee gewonnenen Getränks. Kaffee-Extrakte und Röstkaffee unterschieden sich daher schon nach objektiven Kriterien in allen für den Verbraucher wesentlichen Eigenschaften. Röstkaffee aus Kaffeebohnen sei ein aromatisches Naturprodukt, Kaffee-Extrakt dagegen ein aromatisiertes und denaturisiertes Industrie-Erzeugnis.

Gegenüber ihrer Verpflichtung, ihre Produkte als Extrakte auszuweisen, könne die Beklagte nicht einwenden, daß auf den im Handel vertriebenen Deckelgläsern bereits der Hinweis "Bohnenkaffee-Extrakt" vermerkt sei. Dieser Hinweis trete hinter dem alle Aufmerksamkeit auf sich

ziehenden Schauteil des Etiketts völlig zurück. Der durchschnittliche, flüchtige Betrachter nehme ihn daher nicht zur Kenntnis.

Zu den beanstandeten Werbeangaben der Beklagten hat die Klägerin u.a. im einzelnen behauptet: Die Angabe "reiner Kaffee" sei unrichtig, da "N[REDACTED]"-Kaffee-Extrakte durch Hydrolyse gewonnene, ungenießbare Kaffee-satz-Bestandteile und Füllstoffe enthielten.

Die Werbeangabe "reiner, löslicher Bohnenkaffee" werde im Verkehr auf gemahltenen Röstkaffee bezogen.

Als "aromatischer Kaffee" könne die Beklagte ihre Kaffee-Extrakte deshalb nicht bezeichnen, weil eine derartige Kennzeichnung bei einem nicht unerheblichen Teil der Verbraucher die Vorstellung von Röstkaffee erwecke. Im übrigen seien "N[REDACTED]"-Produkte ohnehin weder aromatisch noch wiesen sie das Aroma röstfrischen Kaffees auf. Die Extrakte entfalteten lediglich ein kaffeeähnliches Aroma.

Die Werbebehauptung "Kaffee ohne Satz" sei unrichtig, weil sich entgegen der Werbung der Beklagten auch bei "N[REDACTED]"-Getränken nach einiger Zeit des Abwartens ein gewisser Bodensatz aus unlöslichen Trübungsstoffen bilde.

Die Bezeichnung "gehaltvoller Kaffee" weise, so hat die Klägerin weiter behauptet, für einen nicht unerheblichen Teil des Verkehrs auf Röstkaffee hin. Im übrigen seien "N[REDACTED]"-Produkte auch nicht "gehaltvoll", da sie kein vorzügliches, nach Substanz und geschmacklicher Beschaffenheit allen Anforderungen genügendes Kaffee-Erzeug-

nis darstellten. Die Angabe "gehaltvoller Kaffee" sei für Kaffee-Extrakte daher irreführend.

Die Werbebehauptungen "Kaffee acht ausgewählter Bohnensorten", "Mischung acht erlesener Kaffeesorten" und "Kaffee acht ausgewählter Kaffeesorten traditioneller Anbaugebiete" seien ebenfalls unrichtig. Diese Angaben stellten insbesondere unzutreffende Qualitätsbehauptungen auf, weil die Beklagte nicht Spitzenqualitäten, sondern lediglich mittlere bis gute Qualitäten verarbeite.

Durch die für "N [REDACTED] Gold" aufgestellte Werbeangabe "wie gemahlener Bohnenkaffee", "körnig, aber sofort löslich" werde das Erzeugnis der Beklagten gegenüber dem flüchtigen Durchschnittsbetrachter dem gemahlenden Bohnenkaffee nicht nur gleichgesetzt, sondern es werde zum Ausdruck gebracht, daß "N [REDACTED] Gold" gegenüber dem herkömmlichen Bohnenkaffee den zusätzlichen Vorzug sofortiger Wasserlöslichkeit besitze. Diese Anpreisung sei irreführend und daher unrichtig.

Auch die Werbeangabe "von Kennern so sorgfältig vorbereitet wie ihr Filterkaffee zu Hause" wecke beim Verbraucher den irrigen Eindruck, daß Kaffee-Extrakte dem Röstkaffee vergleichbar seien. In Wahrheit diene jedoch das Filterverfahren bei Kaffee-Extrakten lediglich der Aussonderung von wasserunlöslichen Satzbestandteilen und sei in keiner Weise mit dem Filterverfahren vergleichbar, das der Kaffeeverbraucher von der Zubereitung gemahlenden Röstkaffees kenne.

Schließlich müsse der Beklagten auch die auf den Deckelgläsern vermerkte unzutreffende Angabe "nach einem Verfahren zur Erhaltung des Aromas hergestellt" verboten

werden. Denn die Beklagte bewahre das Aroma während des Verarbeitungsprozesses gerade nicht im Extrakt, sondern entziehe es diesem vor dem Extraktionsprozeß und reichere das Produkt anschließend wieder mit den zuvor entzogenen aromaträchtigen Stoffen an, ohne daß dabei jedoch mehr als ein kaffeeähnliches Aroma erreicht werde.

Die Klägerin hat dementsprechend beantragt,

- I. der Beklagten bei Meidung einer Haftstrafe bis zu 6 Monaten oder einer Geldstrafe in unbegrenzter Höhe zu verbieten,
 1. bei der Kennzeichnung der von ihr vertriebenen Kaffee-Trockenextrakte und in der Werbung für diese das Wort "Kaffee" - auch in abweichender Schreibweise oder in Wortverbindungen - zu verwenden, ohne in unmittelbarem Zusammenhang damit augenfällig, gut lesbar und unmißverständlich darauf hinzuweisen, daß es sich um Kaffe-Extrakt handelt;
 2. die von ihr vertriebenen Bohnenkaffee-Trockenextrakte zu bezeichnen als
 - a) "reiner Kaffee"
 - b) "löslicher Kaffee"
 - c) "aromatischer Kaffee"
 - d) "reiner, löslicher Bohnenkaffee"
 - e) "nichts als Kaffee"
 - f) "nur Kaffee"
 - g) "Kaffee ohne Satz"
 - h) "gehaltvoller Kaffee"
 - i) "reiner guter Kaffee acht ausgewählter Bohnensorten"
 - j) "Mischung acht erlesener Kaffeesorten"
 - k) "Kaffee acht ausgewählter Kaffeesorten traditioneller Anbaugebiete";

3. von den von ihr vertriebenen Bohnen-Kaffee-Trockenextrakten zu behaupten,
 - a) "das Beste am Kaffee"
 - b) "wie gemahlener Bohnenkaffee, körnig, aber sofort löslich"
 - c) "... von Kaffeekennern so sorgfältig vorbereitet wie Ihr Filterkaffee zu Hause";
4. zu behaupten, daß die von ihr vertriebenen Extrakte "nach einem Verfahren zur Erhaltung des Aromas hergestellt" werden;

II. die Beklagte zu verurteilen, der Klägerin Auskunft darüber zu erteilen, seit wann und in welchem Umfang sie für die von ihr vertriebenen Röstkaffee-Extrakte mit Werbeverlautbarungen geworben hat, wie sie zur Ziffer I wiedergegeben sind;

III. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin jeden Schaden zu ersetzen, der dieser dadurch entstanden ist, daß sie in der zu Ziffer I näher gekennzeichneten Art geworben hat.

Das Landgericht hat der Klage zu Ziff. I, 2 bezüglich der Werbewendungen zu c, i, j, k; ferner zu Ziff. I, 3, b und c sowie zu Ziff. I, 4 stattgegeben. Den Auskunftsanspruch und den Anspruch auf Feststellung der Schadensersatzpflicht hat es in diesem sachlichen Umfang ab 30. März 1965 zugebilligt. Im übrigen hat es die Klage abgewiesen. Es hat der Klägerin gemäß § 92 ZPO die Kosten des Rechtsstreits mit Ausnahme der Hälfte der der Beklagten erwachsenen außergerichtlichen Kosten auferlegt.

Mit ihrer Berufung hat die Klägerin ihre Klageanträge, soweit ihnen nicht entsprochen worden ist, weiterverfolgt; jedoch ausgenommen den Antrag zu Ziff. I, 3, a sowie ihre Auskunfts- und Schadensersatzansprüche für die Zeit vor dem 30. März 1965.

Die Beklagte hat sich mit ihrer Berufung gegen ihre Verurteilung gewandt.

Das Berufungsgericht hat unter Abänderung des Ersturteils die Beklagte ferner zur Unterlassung nach dem Klageantrag zu Ziff. I, 2, d verurteilt. Im übrigen hat es die Berufungen beider Parteien zurückgewiesen; es hat der Klägerin 5/6 und der Beklagten 1/6 der Kosten des Berufungsverfahrens auferlegt.

Mit ihrer Revision verfolgt die Klägerin ihre im Berufungsverfahren gestellten Anträge weiter, soweit ihnen das Berufungsgericht nicht entsprochen hat. Sie hat ferner zu Ziff. I, 1 der Klage hilfsweise beantragt, der Beklagten unter Strafandrohung zu verbieten, bei der Kennzeichnung der von ihr vertriebenen Kaffee-Trockenextrakte und in der Werbung das Wort "Kaffee" auch in abweichender Schreibweise oder in Wortverbindungen wie z.B. Bohnenkaffee, zu verwenden, ohne in unmittelbarem Zusammenhang damit augenfällig, gut lesbar und unmißverständlich darauf hinzuweisen, daß es sich nur um Kaffee- bzw. Bohnenkaffee-Extrakt handelt. Die Beklagte wendet sich mit ihrer Revision gegen ihre Verurteilung, ausgenommen ihre Verurteilung nach den Klageanträgen zu Ziff. I, 2, sowie I, 3, b und c. Die Parteien beantragen jeweils die Zurückweisung der Revision des Gegners.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat den im Vordergrund der Klage stehenden Unterlassungsantrag zu Ziff. I, 1 dahingehend verstanden, daß die Bezeichnung "Kaffee" für das mit dem Zeichen "N[REDACTED]" gekennzeichnete Kaffee-Extrakt-Erzeugnis der Beklagten, ferner die Bezeichnung "N[REDACTED]" auch für sich allein angegriffen werden sollte, soweit nicht durch einen gleichzeitigen deutlichen Hinweis auf die Eigenschaft als Extrakt hingewiesen wird. Das Berufungsgericht hat eine Irreführung durch die Bezeichnung "Kaffee" verneint. Nach der KaffeeVO sei diese Bezeichnung für einen Kaffee-Extrakt nur dann irreführend, wenn der Extrakt nicht den Begriffsbestimmungen des § 1 KaffeeVO entspreche. Der Kaffee-Extrakt der Beklagten entspreche aber - als ausschließlich aus gerösteten, zerkleinerten Kaffeebohnen hergestellter, bis zur Pulverform eingedickter, wasserlöslicher Auszug - der Begriffsbestimmung des § 1 Abs. 9 KaffeeVO. Ob eine Irreführung nach dem LebensmG vorliege, bedürfe keiner besonderen Prüfung, da es sich insoweit um die gleichen Grundsätze wie bei der Prüfung nach § 3 UWG handle. Eine Irreführung nach § 3 UWG scheide aber aus. Selbst wenn unterstellt werde, daß der Verbraucher den Kaffee-Extrakt als solchem nicht erkenne, werde er noch nicht durch seine bloße Unkenntnis irregeführt. Entscheidend seien vielmehr seine konkreten Vorstellungen. Diese würden - selbst bei Unkenntnis des Begriffs Kaffee-Extrakt - durch die hierfür synonym im Verkehr üblichen Bezeichnungen "löslicher Kaffee" und "Pulverkaffee" geprägt, die der Verkehr nur zur Bezeichnung von Kaffee-Erzeugnissen verwende, die ihm die Herstellung eines Kaffee-Getränkes durch bloßen Aufguß mit heißem Wasser ermöglichen. Die Bezeichnung "Kaffee" für den Kaffee-Trocken-Extrakt der Beklagten sei daher nur

dann irreführend, wenn der Verkehr auf Grund dieser Bezeichnung den Kaffee-Trocken-Extrakt der Beklagten für einen gemahlten Röstkaffee halte. Letzteres sei aber nach dem Ergebnis der vom Landgericht veranlaßten Meinungsbefragung nicht der Fall.

Auch die weitere Behauptung der Klägerin, der Verkehr verstehe unter der Angabe "N[REDACTED]" den Sinngehalt "N[REDACTED] Kaffee" oder "Kaffee von N[REDACTED]" mit der sich daraus ergebenden Vorstellung von einem gemahlten Röstkaffee, sei unbewiesen geblieben. Vielmehr sei auf Grund der Meinungsbefragung eindeutig festzustellen, daß nahezu alle Verbraucher von der Bezeichnung "Nescafé" zutreffend auf Kaffee-Extrakt schließen würden, wenn sie auch im einzelnen meist Synonymbegriffe wie "Pulverkaffee", "löslicher Kaffee", "Schnellkaffee" und dergleichen nennen würden.

II. Wie die Revision nicht verkennt, können aus den lebensmittelrechtlichen Vorschriften des § 4 LebensmG und der auf der Grundlage des § 5 LebensmG erlassenen KaffeeVO sowie der Lebensmittel-KennzeichnungsVO keine unmittelbaren zivilrechtlichen Ansprüche hergeleitet werden (OLG Düsseldorf GRUR 61, 365, 366 - Moka-Efti). Diese Vorschriften sind - entgegen der Meinung der Revision - auch keine Schutzgesetze i.S. des § 823 Abs. 2 BGB zugunsten der Mitbewerber (OLG Düsseldorf aaO). Die lebensmittelrechtlichen Vorschriften bezwecken zwar den Schutz der Verbraucher und damit der Allgemeinheit (BGH GRUR 58, 32, 33 - Haferschleim; BGHSt BB 54, 299, 300 - Rumverschnitt); sie dienen jedoch nicht den Interessen der Mitbewerber und wollen diese nicht vor Benachteiligungen schützen (OLG Düsseldorf aaO).

Wettbewerbsrechtlich können die lebensmittelrechtlichen Vorschriften - und zwar auch dann, wenn sie nicht dem Schutz der Mitbewerber dienen (vgl. BGH GRUR 64, 269, 271 - Grobdesin) - im Rahmen des § 1 UWG regelmäßig nur unter dem Gesichtspunkt eines ungerechtfertigten Vorsprungs vor den gesetzestreuen Mitbewerbern (vgl. BGH GRUR 58, 32, 33 - Haferschleim) und im Rahmen des § 3 UWG im allgemeinen nur durch ihre Auswirkungen auf die Verkehrsauffassung von Bedeutung werden (vgl. BGH aaO; ferner BGH GRUR 58, 492, 496 - Eispralinen). Die Auswirkungen der lebensmittelrechtlichen Bezeichnungsregelungen auf die Verkehrsauffassung beruhen dabei darauf, daß sich auf Grund der Gesetzesregelung eine entsprechende Warendeklaration und -bezeichnung im Geschäftsverkehr allgemein durchsetzt, dem Verbraucher geläufig wird und dadurch dessen Vorstellungen von der Beschaffenheit der so bezeichneten und deklarierten Ware beeinflusst. Hierfür ist die gesetzliche Festlegung einer bestimmten Kennzeichnungspflicht nur insoweit von Bedeutung, als bei deren Bestehen grundsätzlich auch von ihrer Befolgung, d.h. einer entsprechenden Handhabung im Geschäftsverkehr ausgegangen werden kann, so daß - ohne die andernfalls notwendige Beweiserhebung - bereits hieraus auf eine entsprechend beeinflusste Verkehrsauffassung geschlossen werden kann.

Eine solche, auf eine konkrete Bezeichnung festgelegte Kennzeichnungspflicht besteht nicht für Kaffee-Extrakt. Zwar unterliegt Kaffee - der insoweit als Oberbegriff verstanden wird und auch Kaffee-Extrakte erfaßt (Holthöfer/Juckenack/Nüse, 4. Aufl. Bd. II Anm. 86 zu § 1 Lebensmittel-KennzeichnungsVO) - u.a. für den Inhalt der Packungen und Behältnisse der allgemeinen Kennzeich-

nungspflicht nach der handelsüblichen Bezeichnung (§§ 1 Abs. 1 Nr. 16; 2. Abs. 1 Nr. 2 Lebensmittel-KennzeichnungsVO). Letztere ist jedoch nicht gesetzlich festgelegt und zwar auch nicht durch die KaffeeVO (vgl. BGHSt JR 63, 25, 26 - Marken-Mokka). Die KaffeeVO füllt für den Verkehr mit Kaffee die Rahmenvorschrift des § 5 Nr. 5 LebensmittelG rechtsverbindlich aus (Holthöfer/Juckenack/Nüse, 4. Aufl. Bd. IV Anm. 2 zu § 1 KaffeeVO), ohne jedoch ihre Begriffsbestimmungen (§ 1 KaffeeVO) zu gesetzlichen Kennzeichnungen im Rahmen der bestehenden Kennzeichnungspflicht zu erheben. Auch das Verbot irreführender Bezeichnungen nach § 6 KaffeeVO läßt andere Bezeichnungsformen als die des § 1 KaffeeVO grundsätzlich zu, soweit dadurch keine Irreführung eintritt. Die Übernahme des Internationalen Kaffeeübereinkommens in das innerstaatliche Recht durch Gesetz vom 24. Juli 1963 (BGBl II S. 915) hat insoweit zu keiner Änderung geführt. Die in diesem Übereinkommen enthaltenen Begriffsbestimmungen beschränken sich auf den Wirkungsbereich des Abkommens (Art. 2).

Aus der lebensmittelrechtlichen Bezeichnungsregelung, die zwar eine Kennzeichnungspflicht festlegt, aber keine bestimmten Bezeichnungen zur Pflicht macht, läßt sich daher nichts für eine bestimmte Verkehrsauffassung und damit für die Anwendung des § 3 UWG entnehmen.

III. Danach stellt sich, wie das Berufungsgericht zutreffend herausgestellt hat, für die Anwendung des § 3 UWG die Frage, ob der Verkehr auf Grund der Bezeichnung "Kaffee" für den "N[REDACTED]" der Beklagten einen gemahlenden Röstkaffee erwartet anstelle des tatsächlich angebotenen Kaffee-Extrakts, also eines aus gerösteten,

zerkleinerten Kaffeebohnen hergestellten, bis zur Pulverform eingedickten, wasserlöslichen Auszugs (§ 1 Abs. 9 KaffeeVO). Das Berufungsgericht hat diese Frage auf Grund des Beweisergebnisses verneint; diese Beurteilung ist frei von Rechtsfehlern.

1. Das Berufungsgericht hat seine Prüfung insoweit zutreffend auf die Benutzungsform "Kaffee" bei einem Zusammentreffen mit der Bezeichnung "N[REDACTED]" beschränkt. Denn die Beklagte hat nach den rechtsirrtumsfrei getroffenen Feststellungen des Berufungsgerichts die angegriffene Bezeichnung "Kaffee" in dem hier interessierenden Rahmen stets nur im Zusammenhang mit ihrem als "Nescafé" bezeichneten Kaffee-Extrakt benutzt. Eine Benutzung der Bezeichnung "Kaffee" in Alleinstellung ohne jede Beziehung auf "Nescafé" hat das Berufungsgericht nicht feststellen können. Ebensowenig besteht ein Anhaltspunkt für eine solche unmittelbar bevorstehende Verletzungsform, so daß insoweit auch für eine vorbeugende Unterlassungsklage kein Raum ist. Die Eintragung des Warenzeichens "Nescafé" auch für andere Waren als Kaffee-Extrakt besagt für sich allein hierzu nichts.

2. Auf Grund der danach maßgebenden Benutzungsform "Kaffee" bei einem Zusammentreffen mit der Bezeichnung "Nescafé" konnte das Berufungsgericht von einer besonderen Meinungsbefragung zu dem Hinweis "Kaffee absehen und die Befragungsergebnisse zu dem Wort "N[REDACTED]" sowie zu den Wortverbindungen "N[REDACTED] nichts als Kaffee" und "Nescafé - nur Kaffee" verwerten. Angesichts der überragenden Bedeutung des bekannten Warenzeichens "N[REDACTED]" für jede Verbindung mit der bloßen Gattungsbezeichnung "Kaffee" war

es auch nicht rechtsfehlerhaft, wenn das Berufungsgericht in diesem Zusammenhang den - auf Grund der Meinungsbefragung mit 92 % ermittelten - Bekanntheitsgrad dieses Warenzeichens mitberücksichtigt hat. Insbesondere war es dem Berufungsgericht aus Rechtsgründen nicht verwehrt, bei der Beurteilung der Benutzungsform "Kaffee" bei einem Zusammentreffen mit der Bezeichnung "N[REDACTED]" auch das für letztere Bezeichnung ermittelte Vorstellungsbild des Verbrauchers miteinzubeziehen.

3. Bei der Auswertung der Meinungsbefragung, die sowohl bei der Fragestellung als auch bei der Beantwortung u.a. zwischen "gemahlenem Kaffee", "Kaffee-Extrakt", "löslichem Kaffee" und "Pulverkaffee" unterscheidet, hat das Berufungsgericht die Begriffe "löslicher Kaffee" und "Pulverkaffee" als im Verkehr gebräuchliche Synonyme für Kaffee-Extrakt behandelt. Hiergegen wendet sich die Revision ohne Erfolg.

Das Landgericht hatte einen solchen Sprachgebrauch als gerichtsbekannt zugrunde gelegt. Nun kann zwar ein bestimmter Sprachgebrauch unter Umständen eine allgemein anerkannte wissenschaftliche Tatsache und damit gerichtskundig im Sinne des § 291 ZPO sein. Um einen bestimmten wissenschaftlich anerkannten Sprachgebrauch geht es jedoch nicht bei der im Rahmen des § 3 UWG entscheidenden Frage, welche Vorstellungen und Erwartungen die einschlägigen Verkehrskreise, also insbesondere die Endverbraucher, über die Beschaffenheit einer als "löslicher Kaffee" bzw. "Pulverkaffee" bezeichneten Ware haben. Das ist vielmehr die in den Tatsachenbereich gehörige und daher gegebenenfalls durch Beweiserhebung zu klärende Frage einer bestimmten, wettbewerbsrechtlich relevanten Verkehrsauffassung. Das Berufungsgericht hat sich daher

auch nicht auf seine nur beiläufig geäußerte philologische Begriffsauslegung beschränkt, sondern als entscheidend angesehen, ob der Verkehr mit den Beschaffenheitsangaben "löslicher Kaffee" und "Pulverkaffee" für "N[REDACTED]" bestimmte, für den Kaufentschluß maßgebende Beschaffenheitsvorstellungen verbinde, die nicht der wahren Beschaffenheit der als Kaffee angebotenen "N[REDACTED]"-Erzeugnisse entsprächen. Solche konkreten, für den Kaufentschluß maßgebenden Beschaffenheitsvorstellungen des Verkehrs habe die Klägerin jedoch nicht einmal behauptet; sie habe diese Frage vielmehr ausdrücklich dahinstehen lassen. Diese Beurteilung ist frei von Rechtsirrtum. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts ist zwar davon auszugehen, daß der Verkehr keine gesicherte Kenntnis über die Beschaffenheit eines "löslichen Kaffee" und eines "Pulverkaffee" besitzt. Diese Unklarheit ist aber nach den weiteren Feststellungen des Berufungsgerichts für den Kaufentschluß unerheblich, da das Publikum keine konkreten Vorstellungen über die Warenbeschaffenheit hat und auf Grund dessen lediglich ein Kaffee-Erzeugnis erwartet, das die Herstellung eines Kaffeegetränkes durch bloßen Aufguß mit heißem Wasser ermöglicht. Im übrigen beschränken sich aber nach den Feststellungen des Berufungsgerichts die Publikumserwartungen auf eine solche Warenbeschaffenheit, wie sie die als Kaffee angebotenen N[REDACTED]-Erzeugnisse tatsächlich besitzen. Damit scheidet eine Irreführung durch die Bezeichnung "löslicher Kaffee" und "Pulverkaffee" für "N[REDACTED]" aus. Denn die Anwendung des § 3 UWG setzt voraus, daß dem Erzeugnis nachweislich die Eigenschaften fehlen, die ein entsprechend bezeichnetes Angebot nach der Auffassung des Verkehrs erwarten läßt (vgl. BGH GRUR 67, 30, 32 - Rum-Verschnitt; 67, 600, 601 - 602 - Rhenodur; 69, 280, 281 - Whisky).

Dabei muß es sich auch nach der Neufassung des § 3 UWG um Angaben über solche Eigenschaften handeln, durch die die angesprochenen Verkehrskreise in ihren wirtschaftlichen Entschlüssen beeinflusst werden können (BGH GRUR 70, 517, 519 - Kölsch Bier). Mangels dieser Voraussetzungen unterliegt es daher keinem Rechtsfehler, wenn das Berufungsgericht für seine weitere Beurteilung diejenigen Befragten, die den "N[REDACTED]" als "löslichen Kaffee" und "Pulverkaffee" bezeichnet haben, der über die Beschaffenheit des "N[REDACTED]" nicht irregeführten Gruppe hinzurechnet, die also den "N[REDACTED]" der Beklagten - entsprechend der Begriffsbestimmung der KaffeeVO - als "Kaffee-Extrakt" eingestuft haben. Denn selbst wenn diese Kreise über "Kaffee-Extrakt" falsche Vorstellungen haben sollten, so haben sie jedoch den "N[REDACTED]" mit einem sachlich richtigen Vorstellungsinhalt den Bezeichnungen "löslicher Kaffee" und "Pulverkaffee" zugeordnet. Unter diesen Umständen konnte das Berufungsgericht ohne Rechtsverstoß das Ergebnis der Meinungsbefragung dahin bewerten, daß insgesamt 71 % der Befragten den "N[REDACTED]" sachlich richtig als Pulverkaffee (43 %), löslicher Kaffee (13 %), Schnell-Kaffee (10 %) und Kaffee-Extrakt (5 %) eingeordnet hätten. Die weiteren Antworten mit "Kaffee" (12 %) konnte das Berufungsgericht ohne Rechtsfehler außer Betracht lassen, da sich aus dieser Einordnung weder etwas für noch gegen eine Verkehrsauffassung über "N[REDACTED]" als gemahlten Röstkaffee herleiten läßt. Weitere 3 % der Antworten mit der Zuordnung "Bohnenkaffee" hat das Berufungsgericht zugunsten der Klägerin so behandelt, als hätten sie sich für "gemahlten Röstkaffee" entschieden. Wenn das Berufungsgericht diese 3 % der Befragten als unerheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise ansieht, so liegt darin kein Rechtsfehler. Eine rechtlich nicht ins Gewicht fallende

Minderheit, die mit der Ankündigung eine irri- ge Vorstellung verbindet, kann für die Anwendung des § 3 UWG außer Betracht bleiben (BGHZ 13, 244, 253 - Cupresa; 27, 1, 10 - Emaille-Lack). Im übrigen hat sich das Berufungsgericht nicht mit der Auswertung der Tabelle 7 A begnügt, sondern daneben auch die weiteren Ergebnisse der Meinungsbefragung eingehend gewürdigt und das angeführte Ergebnis bestätigt gefunden. Diese trichterliche Würdigung läßt keinen Rechtsfehler erkennen.

Das Berufungsgericht konnte daher ohne Rechtsfehler abschließend feststellen, daß die Beweisaufnahme nicht ergeben habe, daß ein nicht unbeachtlicher Teil des Verkehrs "N[REDACTED]"-Produkte, die mit dem Hinweis "Kaffee" oder mit sinngemäß gleichlautenden Werbeformulierungen angeboten werden, für gemahlenen Röstkaffee hält. Damit mußte die Revision der Klägerin sowohl in ihrem Hauptantrag zu Ziff. I, 1 der Klage als auch in ihrem Hilfsantrag, der insoweit nur eine Klarstellung im Hinblick auf die verlangte Aufklärung enthält, ohne Erfolg bleiben. Gleiches gilt auch für den Klageantrag zu Ziff. I, 2 b, der sich gegen die Bezeichnung "löslicher Kaffee" richtet, die nach den angeführten, rechtsirrtumsfreien Feststellungen des Berufungsgerichts keine irrigen Beschaffenheitsvorstellungen für den "Nescafé" der Beklagten hervorruft.

IV. 1. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts hat die Beklagte die mit Ziff. I, 2, f der Klage angegriffene Wendung "nur Kaffee" niemals benutzt. Diese Wendung könne allenfalls sinngemäß aus der Werbung der Beklagten "Denn Nescafé ist völlig reiner löslicher Kaffee - sonst nichts" entnommen werden. Letztere Werbewendung werde aber bereits

durch den Antrag zu Ziff. I, 2, e sinngemäß erfaßt, so daß für den Antrag zu Ziff. I, 2, f keine Verletzungshandlung vorliege. Diese rein verfahrensrechtliche Beurteilung, die bereits die Zurückweisung der Berufung bezüglich dieses Antrags trägt, ist von der Revision nicht angegriffen worden, so daß es dem Revisionsgericht verwehrt ist, auf die materiellrechtliche Revisionsbegründung einzugehen (§ 559 ZPO).

2. Die mit der Klage zu Ziff. I, 2, a und e angegriffenen Wendungen "reiner Kaffee" und "nichts als Kaffee" hat das Berufungsgericht als zulässig erachtet. Der "Nescafé" der Beklagten sei ausschließlich aus Kaffeebohnen gewonnen und innerhalb des Herstellungsverfahrens keiner unsachgemäßen Behandlung unterzogen worden, so daß insoweit weder die industrielle Verarbeitung (mit höheren Extraktionsziffern) noch das Anfallen von Füllstoffen eine Irreführung begründen könnten. Auf Grund der Meinungsbeurteilung stehe ferner fest, daß der Verkehr bei dem mit den angegriffenen Wendungen angebotenen "Nescafé" auch keinen gemahlten Röstkaffee erwarte.

Von diesen Feststellungen des Berufungsgerichts kann zugunsten der Beklagten ausgegangen werden. Gleichwohl kann dem Berufungsgericht im Ergebnis nicht gefolgt werden. Denn, wie die Revision der Klägerin insoweit mit Recht rügt, hat das Berufungsgericht bei seiner Beurteilung übersehen, daß auch objektiv richtige Angaben nach § 3 UWG unzulässig werden, wenn sie bei einem nicht unerheblichen Teil der Verkehrskreise einen unrichtigen Eindruck hervorrufen (BGHZ 13, 244, 253 - Cupresa). Das ist u.a. der Fall, wenn eine bei allen gleichartigen Waren vorhandene Beschaffenheit als eine Besonderheit

des eigenen Erzeugnisses des Werbungtreibenden herausgestellt wird, so daß der mit dieser Werbung angesprochene Verkehr von einem besonderen Vorzug und einem Sonder-
vorteil der so angebotenen Ware ausgehen muß (BGH GRUR 61, 288, 293 - Zahnbürsten). Diese Voraussetzungen liegen hier nach den Feststellungen des Berufungsgerichts vor. Der "Nescafé" der Beklagten ist danach ein ausschließlich aus Kaffeebohnen gewonnener Kaffee-Extrakt. Jeder Kaffee-Extrakt ist aber nach § 1 Abs. 9 KaffeeVO ausschließlich aus gerösteten, zerkleinerten Kaffeebohnen gewonnen. Die auch nur teilweise Verwendung anderer Ausgangsstoffe oder eine Beifügung anderer Bestandteile führt zu einem anderen oder verfälschten Erzeugnis (§§ 4 ff KaffeeVO, §§ 4 ff LebensmG) mit der Folge einer entsprechenden Kennzeichnungspflicht (§ 5 Ziff. 18 KaffeeVO, § 4 Ziff. 2 LebensmG), soweit die so gewonnenen Erzeugnisse auf Grund der bestehenden Begriffsbestimmungen und Herstellungsvorschriften nach der KaffeeVO und der VO über Kaffee-Ersatz- und Zusatz-Stoffe überhaupt in den Verkehr gebracht werden dürfen. Damit bezieht sich aber die Werbung "reiner Kaffee" und "nichts als Kaffee" auf eine jedem Kaffee-Extrakt zukommende Beschaffenheit und stellt sie als besonderen Vorzug des "N[REDACTED]" heraus, so daß der Verkehr irrig von einem Sondervorteil des so angebotenen Kaffee-Extrakts ausgehen muß. Das gilt um so mehr, als der Verkehr nach den Feststellungen des Berufungsgerichts keine sichere Kenntnis von der Herstellung und Beschaffenheit eines Kaffee-Extrakts besitzt (oben Ziff. III, 3). Da es hierzu keiner weiteren Tatsachenfeststellungen bedarf, erübrigt sich eine Zurückverweisung an das Berufungsgericht (§ 565 Abs. 3 Ziff. 1 ZPO). Auf die Revision der Klägerin war vielmehr unter Abänderung der Vorentscheidungen der Klage zu Ziff. I, 2, a und e sowie insoweit zu Ziff. II und III der Klage stattzugeben.

V. Eine Irreführung durch die Wendungen "Kaffee ohne Satz" und "gehaltvoller Kaffee" für den "Nescafé" der Beklagten (Ziff. I, 2, g und h der Klage) hat das Berufungsgericht ohne Rechtsverstoß verneint. Es hat dabei zugunsten der Klägerin der Wendung "gehaltvoller Kaffee" einen Tatsacheninhalt im Sinne einer gewissen Qualitätsbehauptung zugemessen. Diesen Qualitätshinweis wie auch die Bezeichnung "Kaffee ohne Satz" hat das Berufungsgericht auf den so bezeichneten "N[REDACTED]" der Beklagten, also auf die Handelsware Kaffee-Extrakt bezogen und festgestellt, daß der "N[REDACTED]" der Beklagten diesen Qualitätsanforderungen jedenfalls genüge und nach dem Ergebnis der Meinungsbefragung eine Täuschung auf Grund einer irrigen Zurechnung des Kaffee-Extrakts als gemahlener Röstkaffee ausscheide. Diese Beurteilung kann nicht als rechtsfehlerhaft beanstandet werden. Zu der Werbewendung "Kaffee ohne Satz" hat das Berufungsgericht nach dem Ergebnis der Meinungsbefragung nur 1 % der Befragten feststellen können, die dabei an gerösteten Kaffee denken, und weitere 2 %, die von einem gemahlenden Kaffee ausgehen. Diese 3 % der Befragten konnte aber das Berufungsgericht als unerheblichen Teil der Verkehrskreise vernachlässigen, wie bereits zu Ziff. III, 3 ausgeführt worden ist. Bei der Werbewendung "gehaltvoller Kaffee" hat zwar die Meinungsbefragung bei freigestellter Antwortmöglichkeit 2 % der Antworten für Bohnenkaffee und 6 % für gemahlenden Kaffee gebracht. Es kann jedoch nicht als Rechtsverstoß beanstandet werden, wenn das Berufungsgericht aus der sinkenden Tendenz bei gestützter Fragestellung (5 % für gemahlenden Kaffee und 2 % für gerösteten Kaffee) und bei der Nachfaßfrage (4 % für gemahlenden Kaffee und 2 % für gerösteten Kaffee) sowie im Hinblick auf die Doppeldeutigkeit des Worts Bohnenkaffee (im Hinblick auf Röstkaffee sowie als Ausgangsprodukt des Kaffee-Extrakts) diese insgesamt 8 %

nicht als absolute und ausschlaggebende Zahl angesehen hat. Wenn es unter diesen Umständen keinen hinreichenden Beweis für eine Irreführung entnommen hat, so kann das nicht aus Rechtsgründen angegriffen werden.

VI. Soweit es um die Werbewendung zu Ziff. I, 2, d der Klage "Reiner, löslicher Bohnenkaffee" geht, mußten die Revisionen beider Parteien ohne Erfolg bleiben.

1. Die Revision der Beklagten wendet sich insoweit gegen ihre Verurteilung zur Unterlassung der Werbewendung. Das Berufungsgericht hat - unter Hinweis auf seine eigene Sachkunde - die Verurteilung darauf gestützt, daß durch das Wort "Bohnenkaffee" die - jeweils für sich nicht auf einen gemahlten Röstkaffee hindeutenden - Bezeichnungen "reiner Kaffee" und "löslicher Kaffee" einen abweichenden Sinn erhalten würden, so daß nunmehr die gesamte Wendung für einen nicht unerheblichen Teil des Verkehrs die Bedeutung eines Hinweises auf einen gemahlten Röstkaffee gewinne, während ein weiterer Teil des Verkehrs durch die Doppeldeutigkeit der Bezeichnung (Kaffee aus Kaffeebohnen sowie Röstkaffee als bestimmte Kaffeeart) getäuscht werde.

Diese auf tatrichterlichem Gebiet liegende Beurteilung kann aus Rechtsgründen nicht beanstandet werden. Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsirrtum seine Sachkunde zur dahingehenden Feststellung bejahen können, daß der Verkehr durch die Werbewendung "Reiner, löslicher Bohnenkaffee" über die Beschaffenheit des so bezeichneten Kaffee-Extrakts getäuscht werde. Hierzu bedurfte es keiner besonderen Beweiserhebung. Denn die - zum angesprochenen Verkehrskreis zugehörigen - Richter haben hier auf Grund

ihrer eigenen Lebenserfahrung festgestellt, daß sie selbst einer Täuschung unterliegen würden (BGH GRUR 63, 539, 541 - echt skai). Besondere Umstände, die noch eine Beweiserhebung erforderlich machen könnten, hat die Revision nicht dartun können (vgl. BGH GRUR 63, 271, 273 - Bärenfang).

2. Die Revision der Klägerin wendet sich in diesem Zusammenhang erfolglos dagegen, daß ihr ungeachtet des für die Werbewendung "Reiner, löslicher Bohnenkaffee" ausgesprochenen Verbotsinsoweit weder die beantragte Auskunftserteilung noch die Feststellung der Schadensersatzpflicht der Beklagten zugebilligt worden sei. Das Berufungsgericht hat diese Ansprüche ohne Rechtsfehler mit der Begründung abgelehnt, daß insoweit kein Schaden wahrscheinlich sei, da die Klägerin noch bei Klageerhebung selbst mit der in gleicher Weise unzulässigen Wendung "löslicher Bohnenkaffee" für ihren eigenen Kaffee-Extrakt geworben habe. Diese Beurteilung entspricht dem vom erkennenden Senat gebilligten Grundsatz, daß bei einem beiderseitigen, im wesentlichen gleichzeitigen sowie nach Art und Umfang gleichartigen Wettbewerbsverstoß ein Schadenseintritt zumindest nicht wahrscheinlich ist (BGH WRP 70, 310, 312 - Beiderseitiger Rabattverstoß). Die hierfür maßgebenden tatsächlichen Voraussetzungen hat das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei festgestellt und zutreffend unter diesen besonderen Umständen eine nähere Darlegung der Wahrscheinlichkeit einer Schadensentstehung verlangt. Auf den Zeitpunkt, in dem die Klägerin von der Unzulässigkeit ihrer Werbung durch die von ihr veranlaßte Repräsentativbefragung Kenntnis erhielt, kommt es dabei nicht an. Entscheidend ist, daß die Klägerin bis zur Klageerhebung in ähnlicher Weise wie die Beklagte geworben hat.

VII. Die Revision der Beklagten gegen ihre Verurteilung zur Unterlassung nach Ziff. I, 2, i und k sowie Ziff. I, 4 der Klage, einschließlich der diesbezüglichen Nebenaussprüche auf Auskunfterteilung und Feststellung der Schadensersatzpflicht ab 30. März 1965, mußte erfolglos bleiben.

1. Auch insoweit bedurfte es keiner Beweiserhebung. Das Berufungsgericht konnte vielmehr aus eigener Sachkunde entscheiden; die zu den beteiligten Verkehrskreisen gehörenden Richter konnten ohne Rechtsirrtum feststellen, daß sie selbst einer Täuschung unterliegen würden (oben Ziff. VI, 1).

2. Das Berufungsgericht hat zu Ziff. I, 2, i und k des Klageantrags festgestellt, daß der Verkehr im Zusammenhang der fraglichen Gesamtwerbendungen den Hinweis "ausgewählt" als einen besonderen Qualitätshinweis verstehe, den er nach absolutem Maßstab, also nicht nur im Hinblick auf Kaffee-Extrakt bewerte. Diese Tatsachenfeststellung ist ohne Verfahrensfehler getroffen worden. Sie widerspricht weder der Lebenserfahrung noch Denkgesetzen, selbst wenn davon ausgegangen wird, daß ähnliche Werbewendungen auch bei anderen Kaffee-Extrakten üblich sind. Ihre Bedeutung als besonderer Qualitätshinweis, auch nach absoluten Maßstäben, verliert die Wendung dadurch noch nicht denknotwendig. Es kann daher nicht als Rechtsirrtum beanstandet werden, wenn das Berufungsgericht auf Grund dessen die ausgewählten Kaffeesorten, aus denen die Beklagte ihren Kaffee-Extrakt herstellt, nicht am Maßstab der Kaffee-Extrakt-Hersteller, sondern allgemein nach Maßgabe aller am Markt befindlichen Kaffeebohnsorten bemessen hat. Daß sie insoweit überragende Qualitäten

ausgewählt habe, behauptet die Beklagte nach den Feststellungen des Berufungsgerichts selbst nicht.

3. Nach der rechtsirrtumsfreien Feststellung des Berufungsgerichts erwartet der Verkehr auf Grund der Werbewendung zu Ziff. I, 4 des Klageantrags, daß auf Grund des besonderen Verfahrens zur Erhaltung des Aromas dieses in seiner natürlichen Art unbeeinflußt und ununterbrochen während des gesamten Herstellungsprozesses erhalten bleibe. Angesichts dieser Vorstellungen des Verkehrs, denen nach den Feststellungen des Berufungsgerichts das Herstellungsverfahren der Beklagten nicht gerecht wird, kommt es nicht darauf an, daß die Beklagte ihrem Kaffee-Extrakt kein künstliches Aroma, sondern das dem Kaffee vorher entzogene natürliche Aroma wieder (nach der Behauptung der Klägerin: nur zu einem Teil) zuführt. Bei diesem Sachverhalt ist es ebensowenig von Bedeutung, daß ein technisches Verfahren zur Erhaltung des natürlichen Aromas nicht ohne weiteres einem künstlichen Aroma gleichgesetzt werden kann. Denn die vom Berufungsgericht festgestellte Täuschung des Verkehrs beruht nicht auf dem Unterschied von natürlichem und künstlichem Aroma, sondern allein auf der Erwartung des Verkehrs, daß auf Grund des fraglichen Verfahrens das natürliche Aroma während des gesamten Herstellungsprozesses bis zu dessen Abschluß mit dem fertigen Kaffee-Extrakt unberührt und in seiner natürlichen Art gewahrt bleibt. Diese Erwartungen des Verkehrs werden aber nach den rechtsfehlerfreien Feststellungen des Berufungsgerichts tatsächlich nicht erfüllt.

VIII. Dagegen hat die Revision der Beklagten Erfolg, soweit sie sich gegen ihre Verurteilung zu Ziff. I, 2, c der Klage, einschließlich der Nebenansprüche, richtet. Die insoweit

11

ausgesprochene Verurteilung wird nicht von der konkreten Verletzungsform gedeckt. Die Fassung des Verbots "aromatischer Kaffee" ist sachlich etwas anderes als die vom Berufungsgericht zugrunde gelegte Verletzungshandlung "so gut im Aroma, so gut im Geschmack". Auch die vom Landgericht zugrunde gelegte Verletzungsform "Sie haben nicht nur die Mischung acht erlesener Kaffeesorten gekauft(aromatisch, gehaltvoll, ohne jeden Zusatz), sondern auch gesparte Zeit" deckt nicht die ausgesprochene Verbotsfassung. Anhaltspunkte dafür, daß eine der Verbotsfassung entsprechende Verletzung durch die Beklagte bevorstehen könnte, sind nicht erkennbar, so daß auch für eine vorbeugende Unterlassungsklage insoweit kein Raum ist.

Auf die Revision der Beklagten war daher unter Abänderung der Urteile des Landgerichts und des Berufungsgerichts in diesem Umfang die Klage abzuweisen.

Auf Grund des verschiedenen Ausmaßes des beiderseitigen Obsiegens und Unterliegens war unter Abänderung der Vorurteile die Kostenentscheidung für den gesamten Rechtsstreit neu zu fassen (§§ 91, 92, 97 Abs. 1 ZPO).

Krüger-Nieland

Alff

Sprenkmann

Schönberg

v. Gamm