

26

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 3

Kaffee-Hörfunk-Werbung

Zu den Anforderungen, die an eine Hörfunk-Werbung für einen coffeinhaltigen Kaffee, dem Röstreizstoffe entzogen worden sind, zu stellen sind, in der Fragen nach den Ursachen von Kaffee-Unverträglichkeiten beantwortet werden.

BGH, Urt. v. 25. November 1977 - I ZR 62/76 - OLG Hamburg
LG Hamburg

20

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 62/76

URTEIL

Verkündet am

25. November 1977

Z u g ,

Justizhauptsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma J. J. D[REDACTED], W[REDACTED]straße [REDACTED], H[REDACTED],

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. [REDACTED] -

g e g e n

den Verein für lauterer Wettbewerb e.V., vertreten durch
den 1. Vorsitzenden Hans R[REDACTED], N[REDACTED] R[REDACTED]straße [REDACTED],
H[REDACTED]

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 25. November 1977 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Krüger-Nieland und die Richer Alff, Dr. Schönberg, Schwerdtfeger und Rebitzki

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts in Hamburg, 3. Zivilsenat, vom 8. April 1976 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger ist ein rechtsfähiger Verband zur Förderung gewerblicher Interessen.

Die Beklagte betreibt eine Kaffeerösterei und stellt den coffeinhaltigen I■■■■-Kaffee her, der vor der Röstung nach dem Lendrich'schen Verfahren mit Wasserdampf behandelt und mit Rücksicht darauf von der Beklagten unter anderem als "magenfreundlich" bezeichnet wird.

Für den I■■■■-Kaffee warb die Beklagte im Rundfunk unter dem Motto: "Nikolaus D■■■■■ beantwortet Ihre Fragen zur Kaffee-Verträglichkeit". In einer Werbesendung, die nach der Art eines Telefongesprächs gestaltet war, antwortete Nikolaus D■■■■■ auf die Frage "Herr D■■■■■, bei der Arbeit trinke ich häufig größere Men-



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

gen Kaffee und glaube, dadurch Beschwerden zu haben" dem Anrufer wie folgt: "Wenn man Kaffee nicht verträgt, so liegt das oft nicht an der Menge des Kaffees, sondern an unerwünschten Röst-Reizstoffen. Trinken Sie deshalb den magenfreundlich veredelten I■■■■-Kaffee und Sie werden sehen, daß Ihnen auch die zweite und dritte Tasse schmeckt und bekommt".

Der Kläger hält die Werbung für wettbewerbswidrig. Er meint, sie täusche den angesprochenen Verkehr darüber hinweg, daß für Kaffeeunverträglichkeiten auch das in dem Kaffee enthaltene Coffein ursächlich sein könne.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte unter Androhung von Ordnungsgeld und Ordnungshaft zu verurteilen, es zu unterlassen, im Hörfunk für ihren I■■■■-Kaffee in der Weise zu werben, daß auf die Frage,

"Herr D■■■■■, bei der Arbeit trinke ich häufig größere Mengen Kaffee und glaube, dadurch Beschwerden zu haben"

geantwortet wird

"Wenn man Kaffee nicht verträgt, so liegt das oft nicht an der Menge des Kaffees, sondern an unerwünschten Röst-Reizstoffen. Trinken Sie deshalb den magenfreundlich veredelten I■■■■-Kaffee und Sie werden sehen, daß Ihnen auch die zweite und dritte Tasse schmeckt und bekommt."

Die Beklagte ist der Auffassung, die angegriffene Werbung sei nicht zu beanstanden. Ihre Behauptung, daß bei Kaffeegenuß in größeren Mengen auftretende Unverträglichkeitserscheinungen meistens in den Röst-Reizstoffen ihre Ursache hätten, sei zutreffend und auch wissenschaftlich gesichert und belegt. Entgegen der Auffassung des Klägers komme dem in dem Kaffee enthaltenen Coffein keine schädliche Wirkung zu. Selbst die Dosis Coffein, die ein Kaffeetrinker mit drei Tassen Kaffee zu sich nehme, sei noch völlig ungefährlich. Jedenfalls in aller Regel rührten daher die bei größerem Kaffeegenuß etwa eintretenden Beschwerden nicht von dem Coffein her.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt.

Das Oberlandesgericht hat die Berufung zurückgewiesen. Mit der Revision begehrt die Beklagte die Abweisung der Klage. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hält die beanstandete Werbung für irreführend (§ 3 UWG). Es führt aus: Der Beklagten sei zwar darin zu folgen, daß auch die Röst-Reizstoffe dafür verantwortlich sein könnten, wenn der Konsum größerer Mengen Kaffee zu Beschwerden führe. Es sei allgemein bekannt, daß Kaffeeunverträglichkeiten oft auf Leber- und Gallebeschwerden beruhten und Beschwerden dieser Art von den Röst-Reizstoffen ausgelöst werden könnten. Es treffe auch zu, daß der nach dem

Lendrich'schen Verfahren vorbehandelte I■■-Kaffee bekömmlicher als der nicht nach diesem Verfahren behandelte Kaffee sei. Die beanstandete Werbung sei jedoch irreführend, weil sie davon ablenke, daß für eine Kaffee-Unverträglichkeit, insbesondere beim Genuß größerer Mengen Kaffee, auch das Coffein ursächlich sein könne. Bei der Werbung für diätetische Lebensmittel, zu denen nach der Werbung der Beklagten auch der I■■-Kaffee gehöre, erwarte der Verkehr vollständige Angaben über die Indikationen. Die Beklagte erwecke den irreführenden Eindruck, daß für Kaffeeunverträglichkeiten nur die Röst-Reizstoffe verantwortlich seien und daher bei all diesen Unverträglichkeiten I■■-Kaffee zu empfehlen sei. Es sei aber bekannt, daß Kaffee gerade auch wegen seines Coffein-Gehaltes unverträglich sein könne. Diese Irreführung werde auch durch die Hinzufügung des Wortes "oft" im ersten Satz der Werbeantwort nicht ausgeschlossen.

II. Die Revision hat keinen Erfolg.

Der erkennende Senat hatte sich des öfteren mit der I■■-Kaffee-Werbung zu befassen. Er hat die Beklagte wiederholt darauf hingewiesen, daß gerade bei Genußmitteln jegliche Zweifel an den Wirkungen des Erzeugnisses auf die Gesundheit eine Beschränkung der Werbung erfordert (so GRUR 1973, 429, 431; WRP 76, 40 = GRUR Int. 76, 214). Klagt in einer Rundfunk-Werbesendung der Beklagten - wie hier - ein fiktiver Anrufer über Beschwerden, die er zu haben glaubt, weil er bei der Arbeit häufig größere Mengen Kaffee trinkt, so erwartet der mit dieser Werbung angesprochene Rundfunkhörer, darüber aufgeklärt zu werden, worin die Ursachen solcher Beschwerden zu suchen sind und wie diesen zu begegnen ist. Angesichts der Gefahren, die

mit Werbeaussagen verbunden sind, die die möglichen negativen Wirkungen des Kaffees verharmlosen oder verschweigen oder die positive Wirkung verallgemeinern, sind an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit der bei einer solchen Werbung erwarteten Aussage strenge Anforderungen zu stellen. Das gilt insbesondere, wenn - wie hier - die Werbeaussage die Antwort auf eine Frage darstellt, bei der lediglich allgemein von "Beschwerden" die Rede ist. Es ist schon bedenklich, die Ursachen sämtlicher möglichen auf den Kaffeegenuß zurückzuführenden Beschwerden in einem kurzen Werbespot zu erörtern; wenn man es tut, ist jedenfalls bei der Formulierung äußerste Sorgfalt geboten, um falsche Schlußfolgerungen durch den angesprochenen Hörer zu vermeiden.

Das Berufungsgericht hat zu Recht die beanstandete Werbung mit der Begründung, sie lenke davon ab, daß für eine Kaffeeunverträglichkeit, insbesondere beim Genuß größerer Mengen Kaffee, auch das Coffein ursächlich sein könne, als irreführend angesehen. Daß der mit der Rechtsprechung in Wettbewerbssachen vertraute Senat des Berufungsgerichts dabei - wie die Revision rügt - den Wortlaut der vom Anrufer gestellten Frage nicht in seine Würdigung einbezogen haben und somit rechtsfehlerhaft nicht von dem Gesamteindruck der Werbung ausgegangen sein könnte, ist nicht ersichtlich. Das Berufungsgericht hat im Tatbestand den vollen Wortlaut der Sendung zitiert, in den Gründen die Bedeutung des Gesamteindrucks erwähnt und auf das Coffein als mögliche Beschwerdeursache insbesondere "beim Genuß größerer Mengen Kaffee" hingewiesen. Vom Trinken "größerer Mengen Kaffee" ist aber ausschließlich in der Frage des Anrufers die Rede. Die Revision bemängelt denn auch lediglich, das Berufungs-

gericht habe in den Urteilsgründen unberücksichtigt gelassen, daß der Anrufer gesagt habe, b e i d e r A r b e i t trinke er häufig größere Mengen Kaffee. Daß sich das Berufungsgericht hiermit nicht näher auseinandergesetzt hat, ist aber nicht rechtsfehlerhaft; denn im Gesamteindruck kommt diesem Teil der Frage nicht die Bedeutung zu, die ihm die Revision beimißt. Die Revision geht von angeblichen Erfahrungssätzen aus, wonach jemand, der bei der Arbeit Kaffee trinkt, nicht mehr als drei, höchstens vier Tassen zu sich nehme, den Kaffee wegen seiner anregenden Wirkung trinke und auch die erregende Wirkung des Kaffees kenne. Da aber, so argumentiert die Revision, der Coffein-Gehalt von drei bis vier Tassen Kaffee - wie die Beklagte durch Sachverständigen-gutachten unter Beweis gestellt habe - völlig unschädlich sei und nachteilige Wirkungen des Coffeins erst bei einem Genuß von etwa 15 Tassen einsetzten, habe der Anrufer keiner weiteren Aufklärung bedurft; die Beklagte habe sich darauf beschränken dürfen, daß Beschwerden oft auf Röst-Reizstoffe zurückzuführen seien.

Dem kann aus mehreren Gründen nicht beigespflichtet werden. Einen Erfahrungssatz, daß jemand, der "bei der Arbeit Kaffee trinkt", nicht mehr als drei bis vier Tassen Kaffee zu sich nimmt, gibt es nicht, abgesehen davon, daß ein solcher Satz schon deshalb keine klare Aussage beinhaltet, weil es an einer zeitlichen Begrenzung (Dauer "der Arbeit") fehlt. Im übrigen klagt der Anrufer nicht über Beschwerden nach dem Genuß von drei bis vier Tassen Kaffee, sondern über Beschwerden, die er zu haben glaubt, weil er bei der Arbeit h ä u f i g g r ö ß e r e M e n g e n K a f f e e trinkt. Das fiktive Telefongespräch ist schon in seiner Anlage irreführend. Anrufer und Nikolaus Darboven reden gleichsam aneinander vorbei.

Der Anrufer (Beschwerden nach häufigem Trinken größerer Mengen Kaffee) wird von D[REDACTED] dahin beschieden, wenn man Kaffee nicht vertrage, liege das oft nicht an der Menge des Kaffees, sondern an unerwünschten Röst-Reizstoffen; der Anrufer solle deshalb den magenfreundlich veredelten I[REDACTED]-Kaffee trinken, dann werde er sehen, daß ihm auch die zweite und dritte Tasse schmecke und bekomme. D[REDACTED] geht bei seiner Antwort auf die möglichen Arten der Beschwerden des Anrufers überhaupt nicht ein, überspielt den häufigen Genuß größerer Mengen Kaffee und erwähnt als Ursachen der Beschwerden lediglich die Röst-Reizstoffe. Berücksichtigt man, daß das wiedergegebene Werbegespräch nur 30 Sekunden dauert und der Rundfunkhörer in der Regel solche Werbesendungen nur flüchtig wahrnimmt und wegen der Kürze der Wiedergabe überhaupt nicht in der Lage ist, den Text seinem genauen Wortlaut nach in sich aufzunehmen und zu erfassen, wird bei einem nicht unbeträchtlichen Teil der Zuhörer allenfalls der Kern der Werbeaussage haften bleiben. Dieser reduziert sich dann aber im Gesamteindruck bei der Frage des Anrufers auf die Beschwerden bei häufigem Genuß größerer Mengen Kaffee und bei der Antwort auf den Hinweis auf die die Beschwerden verursachenden Reizstoffe und die Empfehlung, deshalb I[REDACTED]-Kaffee zu trinken. Das Berufungsgericht, das zu Recht der Hinzufügung des Wortes "oft" im ersten Satz der Antwort - das ohnehin im Gesamteindruck untergeht - insoweit keine klärende Bedeutung beigemessen hat, kommt ohne Rechtsirrtum zu dem Ergebnis, die beanstandete Werbung erwecke den irreführenden Eindruck, daß für eine Kaffeeunverträglichkeit stets die Röst-Reizstoffe verantwortlich seien und bei Kaffeeunverträglichkeiten daher schlechthin I[REDACTED]-Kaffee zu empfehlen sei.

Die unter Hinweis auf die einschlägige Literatur und das in der vom erkennenden Senat gleichzeitig verhandelten Sache gleichen Rubrums - I ZR 43/76 - überreichte Gutachten des Sachverständigen Professor Dr. Dr. Lang gestützte Feststellung des Berufungsgerichts, daß auch das im Kaffee enthaltene Coffein für Beschwerden mitursächlich sein kann, wird von der Revision nicht angegriffen. Soweit das Berufungsgericht auf die nachteiligen Wirkungen des Coffeins bei an Herzrhythmusstörungen und an Einschlafstörungen leidenden Menschen hinweist, hält die Revision dem entgegen, erfahrungsgemäß wüßten solche Menschen zwischen diesen Beschwerden und Unverträglichkeiten des Verdauungstraktes zu unterscheiden. Dieser Personenkreis werde nicht durch den Antwortteil der Werbeaussage irregeführt, weil dem die Worte "oft" und "magenfreundlich veredelt" entgegenstünden. - Dabei geht die Revision davon aus, daß der Hörer jedes einzelne Wort der Sendung in sich aufnimmt und abwägt. Das ist aber in der Regel - wie ausgeführt - nicht der Fall. Aber selbst wenn das Wort "magenfreundlich" beim Hörer haften bleibt, ist damit noch nicht gewährleistet, daß er dem entnimmt, von diesen Eigenschaften des I■■■■-Kaffees gingen nur den Verdauungstrakt günstig beeinflussende Wirkungen aus, zumal die vorausgehende Frage sich nicht auf Beschwerden des Verdauungstraktes beschränkt, sondern dort allgemein von Beschwerden nach dem Kaffeegegnuß die Rede ist. Dabei ist auch zu berücksichtigen, daß der Laie im allgemeinen die komplizierten Vorgänge im menschlichen Organismus, so etwa Zusammenhänge zwischen Schlafstörungen und Vorgängen im Verdauungstrakt nicht zu beurteilen vermag. Auch die Auffassung der Revision, an Herzrhythmus- oder Schlafstörungen leidende Personen befänden sich in ärztlicher Behandlung und wüßten daher,

daß sie keinen coffeinhaltigen Kaffee trinken dürften, ist in dieser Verallgemeinerung nicht haltbar. Sie gilt zunächst nicht für die Personen, bei denen sich diese Beschwerden noch im Anfangsstadium befinden, oder die sich über die Art der Beschwerden noch nicht klar geworden sind und deshalb noch keinen Arzt aufgesucht haben. Zudem räumt die Beklagte unter Hinweis auf Malornys Ausführungen in "Pharmakologie des Coffeins" ein, daß schon Dosen von einem Gramm Coffein alarmierende Symptome, wie Tachykardie, Nausea, Kopfschmerzen, Unruhe, Erregung, Verwirrtheitszustände und Schlaflosigkeit verursachen können. Da jedoch - so meint sie - eine Tasse Kaffee nur 52 bis 67 mg Coffein enthalte, die Dosis von einem Gramm also erst bei dem Genuß von etwa 15 Tassen Kaffee erreicht werde, keiner jedoch "bei der Arbeit" mehr als vier Tassen zu sich nehmen, habe sie in der beanstandeten Werbesendung auf etwaige durch Coffein verursachte Beschwerden nicht hinzuweisen brauchen. Diese von ihr aufgestellte Rechnung birgt schon deshalb Unsicherheitsfaktoren in sich, weil Kaffee-Verbraucher unterschiedliche Kaffee-Stärken und -Mengen zu trinken pflegen und erfahrungsgemäß je nach ihrer Konstitution, körperlichen Verfassung und Anfälligkeit unterschiedlich reagieren. Im übrigen muß sich die Beklagte daran festhalten lassen, daß sie - da es sich bei der Werbesendung ja nicht um ein tatsächlich stattgefundenes Interview handelt - den Wortlaut der Frage selbst formuliert hat. Sie wird sich eine gewisse Werbewirksamkeit davon versprochen haben, wenn sie den Anrufer nach den Ursachen der Beschwerden bei häufigerem Trinken größerer Mengen Kaffee fragen läßt. Dann muß sie sich aber auch zurechnen lassen, daß der Hörer sich an den Wortlaut der Anfrage hält, an wirklich größere Mengen Kaffee - möglicherweise auch an 15 Tassen Kaffee am Tag - denkt und aus der Antwort ent-

nimmt, auch solche Mengen könnten, wenn es sich um I■■■-Kaffee handele, keine Beschwerden verursachen. Diese Gefahr wird durch den Hinweis D■■■■, dem Anrufer werde auch die zweite und dritte Tasse noch schmecken und bekommen, nicht ausgeräumt. Viele Hörer werden diesen Teil der Antwort bei der Kürze der Werbeeinschaltung nicht bewußt in sich aufnehmen, andere in ihm eine bloße Werbefloskel sehen. Die Beklagte kann jedenfalls nicht damit gehört werden, als eine größere Menge Kaffee müßten schon drei Tassen Kaffee angesehen werden. Wenn sie das hätte zum Ausdruck bringen wollen, hätte es nahe gelegen, bereits die Anfrage entsprechend zu formulieren und den Ausdruck "größere Mengen Kaffee" überhaupt nicht ins Gespräch zu bringen.

Wegen der erwähnten, auch von der Beklagten nicht verkannten gesundheitlichen Gefahr, die von dem auch im I■■■-Kaffee enthaltenen Coffein ausgehen kann, hätte die Beklagte angesichts der Formulierung der Frage des fiktiven Anrufers, insbesondere wegen der darin angesprochenen Beschwerden nach häufigem Trinken größerer Mengen Kaffee, die möglicherweise nachteiligen Wirkungen des Coffeins nicht völlig unterdrücken dürfen. Die beanstandete Werbung vermittelt den unrichtigen Gesamteindruck, als seien für derartige Beschwerden ausschließlich die im Kaffee enthaltenen Reizstoffe verantwortlich. Das Berufungsgericht hat sie daher zu Recht als irreführend untersagt.

III. Die Revision der Beklagten war somit zurückzuweisen. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Krüger-Nieland

Alff

Schönberg

Schwerdtfeger

Rebitzki