

B
- 5

Nachschlagewerk: ja
Amtliche Sammlung: nein

UWG § 3

" K a f f e e C "

Auf die - tatsächlich gegebene - Bekömmlichkeit von Kaffee, der nach einem bestimmten Verfahren behandelt worden ist, für kaffee-empfindliche Personen darf in der Werbung auch dann hingewiesen werden, wenn wissenschaftlich noch ungeklärt ist, ob und inwiefern der Kaffee durch dieses Verfahren verändert wird.

BGH, Urt. v. 22. Januar 1965 - Ib ZR 109/63 -

OLG Bremen

LG Bremen

5

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

Ib ZR 109/63

URTEIL

Verkündet am

22. Januar 1965

Zug,

Justizangestellter

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma K [REDACTED] GmbH, B [REDACTED], M [REDACTED]
L [REDACTED]-Straße, vertreten durch ihren alleinigen
Gesellschafter und Geschäftsführer, Rechtsanwalt
Dr. Günther D [REDACTED],

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Frhr. [REDACTED] -

g e g e n .

die Kommanditgesellschaft in Firma J. J. D [REDACTED],
vertreten durch ihren persönlich haftenden Gesell-
schafter, Nikolaus D [REDACTED], H [REDACTED], W [REDACTED] str. [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

5

- 2 -

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 22. Januar 1965 unter Mitwirkung der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Jungbluth, Pehle, Dr. Sprenkmann und Alff

für Recht erkannt:.

1. Die Revision der Beklagten gegen das Urteil des 2. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts in Bremen vom 12. Juli 1963 wird insoweit zurückgewiesen, als sie die Klageanträge zu a, b und c betrifft.
2. Hinsichtlich der Klageanträge zu d, e und f sowie im Kostenpunkt wird das vorbezeichnete Urteil auf die Revision der Beklagten aufgehoben. Insoweit wird die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisionsverfahrens, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die Klägerin stellt einen nach dem sogenannten Lendrichschen Verfahren behandelten coffeinhaltigen Röstkaffee her, den sie unter der Marke "Idee Kaffee" vertreibt. Sie wirbt für diesen Kaffee mit dem Hinweis, er sei für den Kreis der Kaffee-Empfindlichen, nämlich der Nervösen, der Herz-, Magen-, Leber-, Galle- und an Sodbrennen Leidenden leicht bekömmlich.

Die Beklagte verkauft unter der Bezeichnung "Kaffee C" gemahlten Röstkaffee der Sorte Eduscho-Türkisch IV, der vor dem Mahlen, in Säcke gefüllt, mehrere Stunden in einem von dem Verleger Dr. Spieser mit einer in dem Urteil der Großen Strafkammer II des Landgerichts Bremen vom 9. Februar 1962 (13 KMs 1/61), Seite 16 ff näher beschriebenen Apparatur zur "Kaffeeveredelung" versehenen Raum gestanden hat. Dabei hat die Beklagte sich zunächst der in den nachstehenden Klageanträgen unter a, b und c angeführten Werbebehauptungen bedient, die in Werbeprospekten, Mitteilungen und Zeitschriften enthalten sowie auf den Etiketts der zum Versand kommenden Kaffeedosen aufgedruckt waren. Seit dem 9. Februar 1962, dem Tage der Verurteilung ihres Geschäftsführers durch die Strafkammer des Landgerichts Bremen im Strafverfahren, das in Zusammenhang mit den beanstandeten Werbebehauptungen eingeleitet war, hat die Beklagte die Werbebehauptungen unter a und c auf den Etiketts der neu zum Vertrieb kommenden Dosen durch Aufkleben überdecken lassen, welche die in den Klageanträgen zu d und e gekennzeichneten Werbebehauptungen enthalten; seitdem verwendet sie die Werbe-

behauptungen zu a und c nicht mehr, die zu b in der Fassung: "seine bessere Bekömmlichkeit für viele (Zahlreiche, die meisten) Kaffee-Empfindliche(n) und Kranke(n) ist klinisch vielfach erprobt." Maßnahmen gegen den Vertrieb der bereits im Handel befindlichen Dosen mit den alten Aufdrucken hat die Beklagte nicht getroffen.

Die Werbebehauptung zu f der Klageanträge war bereits Gegenstand des Rechtsstreits, den die Kaffee Hag AG gegen die Beklagte geführt hatte (O 387/57 LG Bremen); der Gebrauch dieser Werbebehauptung ist der Beklagten durch Urteil des Landgerichts Bremen vom 30. November 1959, das nach Zurücknahme der dagegen gerichteten Berufung der Beklagten rechtskräftig geworden ist, verboten worden. Diese Behauptung hat sich Ende Juli 1962 auf einer Kaffeedose befunden, die ein Beauftragter der Klägerin im Handel erworben hat.

Das Strafverfahren ist, nachdem das Urteil der Strafkammer auf die Revision des Angeklagten samt den zugrundeliegenden Feststellungen aufgehoben worden war (Urteil des Bundesgerichtshofs vom 5. Dezember 1962, 2 StR 432/62), durch Beschluß der Strafkammer vom 24. September 1964 nach § 153 StPO eingestellt worden.

Die Klägerin hat mit der vorliegenden, am 29. August 1962 erhobenen Klage beantrag,

die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, in öffentlichen Bekanntmachungen, Mitteilungen, Werbeprospekten und Verpackungsmaterial zu behaupten:

- a) Kaffee "C" sei durch ein völlig neuartiges Verfahren hochveredelt, speziell für Kaffee-Empfindliche und Kranke,
- b) seine bessere Bekömmlichkeit für Kaffee-Empfindliche und Kranke sei klinisch vielfach erprobt,
- c) hochveredelt für Kaffee-Empfindliche,
- d) Kaffee "C" sei bekömmlich für viele Gesunde und Kranke,
- e) die gute Bekömmlichkeit des Kaffee "C" für viele Kaffee-Empfindliche und Kranke sei in vielen Fällen klinisch festgestellt worden,
- f) Kaffee "C" sei hochveredelter coffeinhaltiger Bohnenkaffee. Diejenigen Bestandteile der Kaffeebohne und des Coffeins, die der Gesundheit schaden könnten, würden durch ein völlig neuartiges Veredelungsverfahren ausgeschaltet.

Die Klägerin hat die Auffassung vertreten, diese Werbebehauptungen verstießen gegen §§ 1 und 3 UWG. Die Beklagte verfüge schon nach ihrer eigenen Darstellung nicht über ein "Veredelungsverfahren". Der Verbraucher verstehe darunter ein Verfahren, das wissenschaftlicher Nachprüfung standhalte. Das sei bei dem Verfahren der Beklagten, wie es im Strafverfahren festgestellt worden sei, nicht der Fall; die chemische oder physikalische Eigenschaft des behandelten Röstkaffees werde nicht verändert; ihm werde nichts von seinen Bestandteilen genommen und nichts hinzugesetzt; für eine solche Veredelung sei die von dem "Erfinder" aufgestellte Apparatur gänzlich ungeeignet; wenn die Beklagte die von ihr behaupteten Wirkungen ihres Kaffee "C" auf zur Zeit von der Wissenschaft nicht erklärbare geheimnisvolle Kräfte zurückführe, dann müsse sie den Verbraucher auf dieses "Wunder" aufmerksam machen, um ihm Gelegenheit

zur Urteilsbildung zu geben. Die von der Beklagten im Strafprozeß beigebrachten, sich über die Wirkung ihres Kaffees positiv aussprechenden Gutachten könne die Beklagte ihrer Werbung nicht zugrunde legen, da es sich um subjektive Aussagen von Patienten und Kliniken handle, die alles außer acht gelassen hätten, was zur objektiven Feststellung hätte beobachtet werden müssen. Die Werbebehauptungen zu b, d und e enthielten darüber hinaus unzulässige Verallgemeinerungen, die angesichts der vielen Arten von Krankheiten und Empfindlichkeiten irreführend wirken müßten.

Die Beklagte hat Abweisung der Klage beantragt und hinsichtlich der Werbebehauptungen zu a bis c und f die Wiederholungsgefahr bestritten. Die letztgenannte Behauptung werde sie unter keinen Umständen mehr aufstellen; das Auftauchen einer mit dem entsprechenden Aufdruck versehenen Dose noch im Jahre 1962 sei ihr unerklärlich. Die Behauptungen zu a bis c dagegen werde sie solange nicht verwenden, als ihr das nicht aufgrund einer anderen rechtskräftigen Entscheidung gestattet sei.

Dagegen will die Beklagte an den Werbebehauptungen zu d und e unter allen Umständen festhalten. Sie hat sich dazu insbesondere auf das Urteil der Strafkammer bezogen, in dem die Richtigkeit dieser Behauptungen festgestellt worden sei. Wenn die Strafkammer die Ursache für die festgestellte günstige Wirkung des Kaffees "C" in der Sortenwahl und in einem stärkeren Abzug der Röstgase infolge Inbetriebsetzung der beiden im Veredelungsraum befindlichen Ventilatoren gesehen habe, so könne dem nicht gefolgt werden; später vorgenommene weitere Unter-

suchungen des Sachverständigen Dr. med. Mehler hätten diese Ursache ausgeschlossen; die festgestellte Wirkung könne daher nur auf das Verfahren von Dr. Spieser zurückgeführt werden.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die von der Beklagten eingelegte Berufung ist hinsichtlich der Werbebehauptung zu f als unzulässig verworfen, im übrigen als unbegründet zurückgewiesen worden. Mit der Revision verfolgt die Beklagte den Antrag auf Abweisung der Klage weiter; die Klägerin bittet um Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe:

- I. Zur Verwerfung der Berufung hinsichtlich des Klageantrages zu f führt das Berufungsgericht aus, die Beklagte habe schon im ersten Rechtszuge, erneut aber in der Berufungsbegründung und in der mündlichen Verhandlung nachdrücklich, zuletzt unter Erbieten zu einer durch das Versprechen einer Vertragsstrafe gesicherten entsprechenden Verpflichtung erklärt, die Werbebehauptung nie wieder zu gebrauchen; damit aber wolle die Beklagte das tun, was ihr durch das angefochtene Urteil aufgegeben sei, so daß sie durch diesen Teil des Urteils zwar förmlich, aber nicht sachlich beschwert sei; es fehle deshalb insoweit an einem Rechtsschutzbedürfnis für die Berufung.

Diese Auffassung wird von der Revision mit Recht angegriffen. Die Beklagte hatte im ersten Rechtszuge die Wiederholungsgefahr in Abrede gestellt; mit der Berufung

hat sie geltend gemacht, die Wiederholungsgefahr sei zu Unrecht bejaht worden; gegenüber diesem Vorbringen hat die Erklärung der Beklagten, zur Abgabe eines durch eine Vertragsstrafe gesicherten Unterlassungsversprechens bereit zu sein, nur die Bedeutung eines Hilfsvorbringens, durch das der Klägerin Gelegenheit gegeben wurde, unter Annahme dieses Angebotes den Rechtsstreit insoweit in der Hauptsache für erledigt zu erklären. Da die Klägerin jedoch im Streitfall auf das Angebot der Beklagten nicht eingegangen ist, sondern ihren Antrag auf Zurückweisung der Berufung der Beklagten, die weiterhin Abweisung der Klage auch hinsichtlich des Klageantrages zu f begehrte, aufrechterhalten hat, war das Berufungsgericht gehalten, diesen Klageanspruch sachlich unter Einschluß der Frage der Wiederholungsgefahr zu prüfen. Der gegenteilige Standpunkt würde zu dem untragbaren Ergebnis führen, daß es einer beklagten Partei verwehrt wäre, sich gegen eine mangels jeder Wiederholungsgefahr von ihr nicht veranlaßte Klage zur Wehr zu setzen und daß sie stets die Kosten einer solchen unbegründeten Klage zu tragen hätte.

Die vom Berufungsgericht für seine abweichende Auffassung angeführte Entscheidung des Bundesgerichtshofs (NJW 1958, 995, 996) betrifft den völlig anders liegenden Fall, daß der Kläger anstelle der vom Beklagten begehrten Klageabweisung die Erledigterklärung des Rechtsstreits anstrebt.

Die Verwerfung der Berufung der Beklagten hinsichtlich des Klageantrages zu f kann daher nicht aufrechterhalten bleiben; es muß vielmehr darüber entschieden werden, ob der von der Klägerin behauptete Anspruch und insbesondere die Wiederholungsgefahr in bezug auf die fragliche Werbebehauptung

tung besteht. Da dies weitgehend eine Frage tatrichterlicher Beurteilung ist, kann das Revisionsgericht auch nicht etwa anstelle der Verwerfung der Berufung sachlich auf deren Zurückweisung durcherkennen.

Gibt die Beklagte in der erneuten Verhandlung vor dem Berufungsgericht ein durch eine Vertragsstrafe gesichertes Unterlassungsversprechen ab, so muß das Berufungsgericht der Klägerin Gelegenheit geben, sich darüber zu erklären, ob sie insoweit den Rechtsstreit in der Hauptsache für erledigt erklärt. Gibt die Klägerin diese Erklärung ab, und widerspricht die Beklagte nicht, so kann der Frage, ob bei Klageerhebung eine Wiederholungsgefahr gegeben war, nur noch im Rahmen der Kostenentscheidung nach § 91 a ZPO Bedeutung zukommen. Widerspricht dagegen die Beklagte einer Erledigterklärung unter Aufrechterhaltung ihres Klageabweisungsantrages, so bleibt zu prüfen, ob die Wiederholungsgefahr vor Abgabe des gesicherten Unterlassungsversprechens vorhanden war. Ist dies zu bejahen, so ist die Erledigung des Rechtsstreits durch gerichtliche Entscheidung festzustellen, andernfalls ist der Klageantrag zu f abzuweisen (RGZ 156, 376).

Hält dagegen die Klägerin trotz der Abgabe eines gesicherten Unterlassungsversprechens den Klageantrag zu f aufrecht, so ist, falls die Wiederholungsgefahr hierdurch jedenfalls beseitigt ist, dieser Klageantrag auf Kosten der Klägerin unabhängig davon abzuweisen, ob bei Klageerhebung eine Wiederholungsgefahr gegeben war.

- II. Hinsichtlich der Werbebehauptungen zu a bis c der Klageanträge hat das Berufungsgericht die Wiederholungsgefahr ohne Rechtsirrtum bejaht. Mit Recht hat es dazu ausge-

führt, die bei Wettbewerbshandlungen regelmäßig anzunehmende Gefahr künftiger Wiederholung werde nicht durch die Erklärung der Beklagten ausgeräumt, sie werde die angegriffenen Werbebehauptungen nicht wieder aufstellen, ehe deren Zulässigkeit in einem gegen sie bzw. gegen ihren Geschäftsführer gerichteten Verfahren rechtskräftig bejaht worden sei. Darin liegt vielmehr, wie das Berufungsgericht ausführt, die Ankündigung der Beklagten, die Behauptungen nach einem ihr günstigen Ausgang eines solchen Verfahrens wieder aufzugreifen, also insbesondere auch nach einer Entscheidung, deren Rechtskraft nicht gegen die Klägerin wirken würde. Die von der Revision für ihren gegenteiligen Standpunkt herangezogene Underberg-Entscheidung des Bundesgerichtshofs (GRUR 1957, 342) betrifft einen in mehrfacher Hinsicht anders gelagerten Sachverhalt.

Die weitere Rüge der Revision, das Berufungsgericht hätte der Beklagten nach § 139 ZPO Gelegenheit geben müssen, hinsichtlich dieser Werbebehauptungen ein durch Vertragsstrafe gesichertes Unterlassungsversprechen abzugeben, ist schon deshalb unbegründet, weil das Berufungsgericht angesichts des Verhaltens der Beklagten gegenüber dem Klageantrag zu f davon ausgehen mußte, daß der Beklagten diese Möglichkeit zur Ausräumung der Wiederholungsgefahr bekannt war.

Den Einwand der Verwirkung, für den es an allen Voraussetzungen fehlt, hat das Berufungsgericht gleichfalls zutreffend zurückgewiesen.

III. Hinsichtlich ihres sachlichen Inhalts lassen sich die Werbebehauptungen zu a bis e der Klageanträge unter folgenden Gesichtspunkten gliedern:

Bei den von der Beklagten bis zum 10. Februar 1962 verwendeten Behauptungen unter a bis c geht es sowohl um die Bekömmlichkeit des Kaffees "C" für Kaffee-Empfindliche und Kranke, sowie deren klinische Erprobung (Antrag b), als auch um die Behauptung, diese Wirkung werde durch ein "Hochveredelungsverfahren" erzielt (Anträge a und c); diese Werbebehauptungen befassen sich also wenigstens in ihrer Zusammenfassung sowohl mit der Wirkung als auch mit dem Herstellungsverfahren. Die seit dem 10. Februar 1962 anstelle der voraufgeführten nur noch verwendeten Werbebehauptungen zu d und e der Klageanträge beschränken sich dagegen auf die Behauptung der Bekömmlichkeit einschließlich ihrer klinischen Erprobung; sie enthalten gegenüber den Anträgen zu a bis c ferner insofern eine Einschränkung, als die Beklagte nunmehr die Bekömmlichkeit nur noch für "viele" Kaffee-Empfindliche, Gesunde und Kranke und ihre klinische Feststellung nur noch als "in vielen Fällen" geschehen behauptet.

Alle diese Behauptungen hält das Berufungsgericht für unrichtig und irreführend im Sinne des § 3 UWG.

1. Die Revision rügt vorweg, das angefochtene Urteil sei insofern nicht mit Gründen versehen (§ 551 Nr. 7 ZPO), als es in bezug auf die Werbebehauptungen zu a bis c der Klageanträge auf die Urteile des Landgerichts und des Berufungsgerichts in dem Verfahren betreffend den Erlass einer einstweiligen Verfügung und des Landgerichts in dem vorliegenden Rechtsstreit Bezug nehme; insoweit sei das Urteil nicht aus sich heraus verständlich; die Akten des Verfügungsvorgangs lägen nicht bei; es sei deshalb nicht möglich festzustellen, was in den dort genannten Urteilen ausgeführt sei.

Diese Rüge ist nicht begründet; die Akten des Verfügungsverfahrens (12 Q 7/1962) waren beigezogen; es ist auch aus dem Zusammenhang der Urteilsgründe ersichtlich, welche Teile der Begründung der dort ergangenen Urteile das Berufungsgericht übernimmt.

2. Weiter rügt die Revision, die summarische Bezugnahme des angefochtenen Urteils auf die Akten 12 Q 7/62, auf die Akten in der Sache K [REDACTED] F [REDACTED] AG gegen die Beklagte (O 387/57) und in der Strafsache gegen den Geschäftsführer der Beklagten und Dr. S [REDACTED] (13 KMs 1/61) schaffe eine völlige Ungewißheit über den Parteivortrag; das gelte auch für die in den Entscheidungsgründen enthaltene Bezugnahme auf die "Ergebnisse der Beweisaufnahme im Strafverfahren" und auf die "Darstellung im einstweiligen Verfügungsverfahren". Mit dieser Rüge kann die Revision jedoch nicht die Aufhebung des Urteils in bezug auf die Anträge zu a bis c ohne weitere Sachprüfung erreichen. Zwar ist eine derartige summarische Bezugnahme auf Belakten verfahrenswidrig; es muß angegeben werden, welche Teile dieser Akten vorgetragen worden sind (RGZ 102, 330; 131, 119; BGH LM Nr. 9 zu § 295 ZPO). Die unzulässige Bezugnahme kann aber nach der angeführten Rechtsprechung zur Aufhebung des Urteils nur führen, wenn die Bezugnahme zu einem bestimmten Prozeßvorgang in Beziehung gesetzt werden kann, z.B. zu der Erledigung oder Übergehung eines Beweisantrages oder wenn sich aus ihr eine Ungewißheit über das Parteivorbringen in einem entscheidungserheblichen Punkte ergibt. Insoweit ist im folgenden auf einzelne Angriffe der Revision noch einzugehen, die jedoch im Ergebnis nur hinsichtlich der Klageanträge zu d und e durchgreifen.

3. Klageanträge a und c (Kaffee C sei durch ein völlig neuartiges Verfahren hochveredelt, speziell für Kaffee-Empfindliche und Kranke); Klageantrag zu b (die bessere Bekömmlichkeit für Kaffee-Empfindliche und Kranke sei klinisch vielfach erprobt).

Zu diesen Werbebehauptungen stellt das Berufungsgericht, zum Teil durch Bezugnahme auf sein Urteil vom 19. Juli 1962 und auf das in diesem in bezug genommene Urteil des Landgerichts vom 10. Mai 1962, als die Auffassung des von dieser Werbung angesprochenen Publikums fest, dieses erwarte, daß der Kaffee "C" für Kaffee-Empfindliche, Gesunde und Kranke, aufgrund eines Hochveredelungsverfahrens von besonderer, besserer Bekömmlichkeit sei und geringere schädliche Nebenwirkungen habe als andere Kaffeesorten. Der Durchschnittskunde erwarte bei einem "Hochveredelungsverfahren" ein Verfahren, das wissenschaftlicher Prüfungsstandhalte, bisher gesammelter gesicherter Erfahrung entspreche und nachprüfbar sei. Das von der Beklagten angewandte Verfahren bewirke aber am Kaffee selbst keine erkennbare Änderung der chemischen und strukturellen "intermolekularen" Zusammensetzung, nehme nichts von seinen Bestandteilen und setze ihnen auch nichts hinzu; es sei dazu nach den bisherigen Erfahrungen auch gänzlich ungeeignet; inzwischen sei das Verfahren auch vom "Erfinder" überwiegenden Teils, insbesondere, soweit es Gesteine und darunter besonders Amethyste verwende, für nutzlos erklärt worden; die Beklagte traue den Angaben des Erfinders selbst nicht mehr, rechne vielmehr höchstens mit einem von diesem nicht geoffenbarten Geheimnis; auf dieser Grundlage dürfe sie aber von einem Veredelungsverfahren selbst dann nicht sprechen, wenn die positive Wirkung des Kaffee "C" feststehe, denn diese Wirkung könne auch auf anderen Ursachen

als der Behandlung des Kaffees beruhen. Aus dem Gebot der Klarheit und Wahrheit der Werbung folge, daß die Beklagte verpflichtet sei, auf die wissenschaftliche Unerklärbarkeit ihres Verfahrens hinzuweisen. Bei Kenntnis des angewendeten Verfahrens würde ein Teil des Publikums dem Kaffee "C" nicht so erhebliche Vorzüge zuschreiben. Die Beklagte müsse beweisen, daß die Verbraucher auch bei Kenntnis des Verfahrens der Beklagten noch ebenso kaufen würden; der Rückgang ihres Umsatzes nach Bekanntwerden des Strafverfahrens beweise jedoch das Gegenteil. Wenn eine wissenschaftlich erklärbare Verfahrenswirkung vorliege, dann interessierten den Verbraucher die Einzelheiten allerdings nicht mehr; er vertraue aber darauf, daß etwas wissenschaftlich Erklärbares geschehen sei; die gegenteilige Auffassung des 2. Strafsenats des Bundesgerichtshofs, daß es dem Verbraucher von Kaffee nur auf die Wirkung ankomme, überzeuge nicht. Überdies habe die Beklagte selbst zugegeben, daß die von ihr behaupteten Wirkungen des Kaffees nicht erklärbar oder meßbar seien und daß chemische oder physikalische Veränderungen des Kaffees durch ihr Verfahren nicht hervorgerufen wurden. Auch reichten - wie schon das Reichsgericht angenommen habe (RG MuW 1935, 284) - nur 1000 Versuchspersonen nicht aus, um die Behauptung der Bekömmlichkeit des Kaffees aufzustellen. Endlich sei die Werbebehauptung zu b der Klageanträge schon deshalb unzulässig, weil sie auf die Behauptung eines Veredelungsverfahrens zurückgehe und somit auf einer irrtümlichen Auffassung des Publikums aufbaue.

Die Revision erhebt gegen diese Beurteilung eine Reihe von Angriffen. Diese richten sich jedoch, abgesehen von

der Bezugnahme auf das Veredelungsverfahren, nicht gegen die Feststellungen des Berufungsgerichts, die sich auf denjenigen Teil der Werbebehauptungen zu a bis c beziehen, der über die eingeschränkten Werbebehauptungen zu d und e hinausgeht. Den Werbebehauptungen zu a bis c ist gemeinsam, daß sie die Veredelung und Bekömmlichkeit für Kaffee-Empfindliche und Kranke ohne Einschränkung dieses Personenkreises in Anspruch nehmen. Wegen dieses in den konkreten, rechtlich jeweils als Ganzes zu würdigenden Einzelbehauptungen zu a, b und c enthaltenen Bestandteils sind diese Werbebehauptungen nach § 3 UWG unzulässig, weil sie den irrigen Eindruck hervorrufen, die Bekömmlichkeit sei unterschiedslos und allgemein für alle Angehörigen des genannten Personenkreises gegeben. Aus diesem Grunde hat die Beklagte diese Behauptung in ihrer seit dem 10. Februar 1962 betriebenen Werbung auf "viele" Kaffee-Empfindliche und Kranke eingeschränkt. Wie schon das Reichsgericht für eine ähnliche Werbebehauptung ("Idee Kaffee ist für Nervöse"; RG MuW 1935, 282, 285) ausgeführt hat, hat die entsprechende uningeschränkte Werbebehauptung schon an und für sich betrachtet, aber auch nach der für diese Frage maßgebenden Auffassung des Publikums einen ganz anderen Sinn, als die eingeschränkte Behauptung (für viele Nervöse); durch die beanstandete allgemeine Fassung werde das Publikum zu falschen Vorstellungen über die Wirkung des Kaffees verleitet, da es die Werbebehauptung auf die vielen Arten von Nervösen beziehe, die nicht unter einen Nenner zu bringen seien. Diese Ausführungen, denen beizutreten ist, gelten entsprechend für die angegriffene Werbung der Beklagten.

Bei dieser Sachlage bedarf es keiner Prüfung mehr, ob diese Werbebehauptungen auch insoweit gegen § 3 oder § 1

UWG verstoßen, als sie von einem "völlig neuartigen" Verfahren sprechen, durch das der Kaffee "hochveredelt" sei; insbesondere kann dahingestellt bleiben, ob es angängig ist, von einem völlig neuartigen Verfahren zu sprechen, wenn die Wirkungsweise des Verfahrens sich jeder wissenschaftlichen Erklärung nach dem derzeitigen Stande der Erkenntnismöglichkeiten entzieht, und ob die Bezeichnung eines Veredelungsverfahrens als "Hochveredelungsverfahren" in einem solchen Falle gerechtfertigt ist.

In diesem Umfange mußte die Revision daher ohne Erfolg bleiben.

- IV. Die den Kern des Streits bildenden Werbebehauptungen zu d und e (Bekömmlichkeit für viele Gesunde und Kranke; die gute Bekömmlichkeit sei in vielen Fällen klinisch festgestellt) hält das Berufungsgericht aus den schon aufgeführten und folgenden weiteren Erwägungen für irreführend: Auch diese Behauptungen gingen auf die Behauptung eines Veredelungsverfahrens zurück. Im Anfang habe die Beklagte einige Jahre hindurch die Publikumsauffassung mit Werbebehauptungen wie "das Wunder auf dem Kaffeemarkt" und "Hochveredelungsverfahren" massiv beeinflusst. Die jetzige Abschächung der Formulierung merkten die Verbraucher nicht. Aber auch für sich betrachtet seien die jetzt verwendeten Werbebehauptungen zu d und e falsch. Auch die Behauptung, der Kaffee "C" sei für viele Kranke bekömmlich, stelle eine Übertreibung dar; es sei zwar möglich, daß er für mehrere tausend an einer Krankheit Leidende bekömmlich sei, für ebensoviele, an anderen Krankheiten Leidende sei er es vielleicht nicht; nach der Allgemeinerfahrung sei dies auch der Fall. Einen unrichtigen Eindruck erwecke auch die Behauptung vielfacher

5

klinischer Erprobung, denn das Publikum entnehme daraus, die Versuchspersonen seien eigens zu diesem Zwecke in Kliniken aufgenommen worden. Der Sachverständige Dr. Mehler, der die Wirkung des Kaffee "C" positiv beurteilt habe, verwende jetzt Idee Kaffee; das vermöge die Beklagte nicht zu erklären; auch seien die Untersuchungsmethoden dieses Sachverständigen zu bemängeln.

Diese Begründung wird von der Revision mit Recht angegriffen.

1. Die vom Berufungsgericht auf die allgemeine Lebenserfahrung gestützte Auffassung, den von der angegriffenen Werbung der Beklagten angesprochenen Verkehrskreisen komme es nicht allein auf die Wirkung des Kaffees auf das Wohlbefinden des Verbrauchers, sondern auch darauf an, daß sich diese Wirkung aufgrund des vom Hersteller angewandten Verfahrens wissenschaftlich erklären lasse, vermag der erkennende Senat nicht zu teilen; er steht vielmehr wie der 2. Strafsenat des Bundesgerichtshofs in dem gegen den Geschäftsführer der Beklagten geführten Strafverfahren auf dem gegenteiligen Standpunkt. Es wird zwar gewiß zahlreiche Fälle geben, in denen der Erwerber einer Ware auch Wert darauf legt, daß sich die von ihm aufgrund der Erfahrung festgestellte Wirkung des Verbrauchs oder der Benutzung auch streng wissenschaftlich auf bestimmte Ursachen zurückführen läßt; das kann insbesondere von Bedeutung sein, wenn der Erwerber seinerseits Verantwortung für die Wirkung der Ware trägt; Entsprechendes kann auch in Betracht kommen, wenn es sich um die Anwendung von Mitteln handelt, die eine ganz bestimmte, fest umrissene Wirkung auslösen sollen, eine Wirkung, die etwa bei einem

Streit zwischen dem Erwerber und Dritten zweckmäßigerweise dem Beweise zugänglich sein müßte. Bei Kaffee auch der hier vorliegenden Art handelt es sich demgegenüber um ein Genußmittel, dessen Wirkung auf das menschliche Befinden vom Verbraucher entscheidend nach der ganz allgemeinen, vom Verbraucher selbst subjektiv feststellbaren, gegebenenfalls ärztlich überprüfbaren individuellen Bekömmlichkeit beurteilt wird. Kennzeichnend hierfür sind die Ausführungen in dem Gutachten des Sachverständigen Dr. Viets vom 7. Juli 1964, das Anlaß zur Einstellung des Strafverfahrens gegeben hat. Dort ist (S. 4/5) ausgeführt, die "Bekömmlichkeit" des Kaffees sei eine rein subjektive Angelegenheit, die sich auch mit medizinischen Meß- und Untersuchungsmethoden nicht nachweisen lasse; dementsprechend hätten auch die meisten in dem Verfahren gehörten Sachverständigen den größten Wert auf das subjektive Urteil der Probanden gelegt. Vorzuschlagen sei daher die Befragung von 1000 magenempfindlichen Personen durch praktische Ärzte nach etwaigen Beschwerden; eine naturwissenschaftlich exakte Prüfung von Kaffee am Menschen sei dagegen wegen der Vielfalt der im Kaffee vorhandenen wirksamen Stoffe immer mit großen Schwierigkeiten verbunden und nicht geeignet, den Unterschied zweier Kaffeesorten zu beweisen. Damit steht es in Einklang, daß der in dem Rechtsstreit der K. H. AG gegen die Beklagte (O 387/57) gehörte gerichtliche Sachverständige Prof. Dr. v. Bruchhausen sich für die Entscheidung der anstehenden Fragen nicht zuständig zu fühlen erklärt hat, da "chemische Fragen nicht zur Debatte stehen", es sich vielmehr um ein Gutachten medizinischer Art handle, für das nur Mediziner (Pharmakologen oder Internisten) zuständig seien. In diesem Zusammenhang ist ferner von Bedeutung,

daß auch die Klägerin jenes Rechtsstreits ausdrücklich davon ausgegangen ist, daß eine Erörterung des Veredlungsverfahrens der Beklagten nicht notwendig sei, es vielmehr allein auf die Wirkungen des Kaffee "C" ankomme.

Auch aus der für Kaffee sonst üblichen Werbung entnimmt der Durchschnittsverbraucher nicht, daß es auf die strenge Beweisbarkeit der Ursache einer festgestellten günstigen Wirkung von Kaffee ankomme. Der Verbraucher ist daran gewöhnt, bei einem Genußmittel dieser Art auf die subjektive Bekömmlichkeit abzustellen und darauf zu verzichten, näheren Aufschluß über den Herstellungsvorgang zu erhalten, dessen Verständnis ihm ohnedies in der Regel, wie er weiß, abgehen wird. Der Hinweis des Berufungsgerichts auf den nach Bekanntwerden des Strafverfahrens eingetretenen Rückgang des Umsatzes der Beklagten ist für diese Frage nicht beweiskräftig. Mit Recht macht die Revision dagegen geltend, nicht das im Strafverfahren unter Ausschluß der Öffentlichkeit geschilderte Herstellungsverfahren, sondern nur die sonstigen Umstände des Strafverfahrens seien bekanntgemacht worden; schon die Tatsache der Verurteilung des Geschäftsführers wegen Betruges könne den Umsatzrückgang verursacht haben, auch sei nicht festgestellt worden, was die Presse über das Strafverfahren im einzelnen berichtet habe.

Die Rechtsansicht des Berufungsgerichts, das Gebot der Klarheit und Wahrheit der Werbung gebiete es, bei einer mit den derzeitigen Erkenntnismöglichkeiten nicht erklärbaren Wirkung eines Herstellungsverfahrens auf diese Nicht-Erklärbarkeit ("Wunder") hinzuweisen, beruht hierauf auf einer Verkennung des § 3 UWG. Sie stellt nicht

nur nicht auf die allein maßgebende Auffassung der von der Werbung angesprochenen Verkehrskreise ab, sondern führt darüber hinaus zu der unhaltbaren Folgerung, daß jeder Hersteller, der wahrheitsgemäß mit der Wirkung seines Erzeugnisses wirbt, zur Offenbarung des von ihm angewandten Herstellungsverfahrens gezwungen werden könnte, schon um feststellen zu können, ob dieses Verfahren die festgestellte Wirkung nach den derzeitigen Erkenntnismöglichkeiten der Wissenschaft erklärlich macht. Gerade auf dem Gebiete der Erzeugung oder Veredelung von Genußmitteln, wie auch mancher sonstigen Erzeugnisse, ist aber ein berechtigtes Interesse der Hersteller daran anzuerkennen, ihr geheimgehaltenes, oft auf reinem Erfahrungswissen beruhendes, aber deshalb nicht notwendig des technischen Fortschritts entbehrendes Herstellungsverfahren nicht vor den Mitbewerbern offenlegen zu müssen. Auf der anderen Seite besteht kein schutzwürdiges Interesse des Verbrauchers daran, das Herstellungsverfahren des Kaffees zu erfahren. Wenn das Berufungsgericht sich die Frage vorlegt, ob die Verbraucher bei Kenntnis dieses Verfahrens den Kaffee überhaupt oder noch zu demselben Preise kaufen würden, und wenn es sogar meint, die Beklagte habe das zu beweisen, so verkennt es Sinn und Zweck des § 3 UWG. Dieser verbietet unrichtige Werbeangaben, gebietet aber nicht eine völlig neutrale Stellungnahme des Werbenden, die auch solche Umstände zu erfassen hätte, die beim Käufer möglicherweise Bedenken oder Vorurteile gegen die Ware auslösen würden (BGH GRUR 1952, 416, 417 - Dauérdose; GRUR 1964, 269, 271 - Grobdesin). Gerade bei Genußmitteln wird es vielfach vorkommen, daß die genaue Kenntnis des Herstellungsverfahrens den Käufer davon abhalten würde, die Ware zu kaufen. Der Ausnahmefall, daß wegen eines notwendigen Zusammenhanges die eine Werbeangabe zugleich

die Pflicht zur Aufklärung über einen anderen, die Ware betreffenden Umstand auslöst, liegt nach dem bereits Dargelegten in bezug auf das Verhältnis der Wirkung des Kaffees zu dem Vorgang seiner Herstellung bzw. Bearbeitung nicht vor. Da die Beklagte auch nicht durch besondere Vorschriften zur Offenbarung ihres Herstellungsverfahrens genötigt ist, braucht sie daher entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts darauf, daß wissenschaftlich ungeklärt sei, inwiefern die Kaffeebohne durch das von ihr verwendete Verfahren verändert werde, auch nicht etwa deshalb hinzuweisen, weil sie mit der Bekömmlichkeit ihres Kaffees wirbt..

Entgegen der von der Revision unter Berufung auf § 286 ZPO mit Recht angegriffenen Feststellung des Berufungsgerichts hat die Beklagte auch nicht eingeräumt, daß das von ihr angewendete Verfahren keinerlei Veränderung der Ware herbeiführe, sondern lediglich zugestanden, die Wirkung ihres Kaffee "C" sei "mit den heutigen Erkenntnissen der Wissenschaft" nicht erklärbar (BU S. 4); die Beklagte hat dazu im einzelnen durch die sachverständigen Zeugen Prof. Finkelnburg (Schriftsatz vom 22. Oktober 1962, S. 18, GA 50), Dr. Kaden (aaO S. 19, GA 51) und Professor Bruns (aaO) unter Beweis gestellt, daß die chemische Analyse keine Beweiskraft habe und insbesondere feinste Unterschiede nicht zu erfassen vermöge, während Unterschiede bei der Sekretion der Magensäure durchaus festzustellen seien; diese Wirkung müsse, so hat die Beklagte weiter ausgeführt, irgendeine Ursache haben, die entgegen der Auffassung der Strafkammer nur in dem Herstellungsverfahren liegen könne.

Das Berufungsgericht hätte hiernach die von der Beklagten unter Hinweis auf zahlreiche gutachtliche, im Strafverfahren abgegebene Äußerungen behauptete, im Strafverfahren auch festgestellte bekömmliche Wirkung des Kaffee "C" nicht ungeprüft lassen und, wenn es etwa die Wirkung verneinen wollte, die dazu von der Beklagten angebotenen Beweise nicht übergehen dürfen.

- a) Das Berufungsurteil kann auch nicht mit der Begründung im Ergebnis aufrechterhalten werden, der angegriffenen Werbung komme eine irreführende Wirkung im Zusammenhang mit den früheren Werbebehauptungen der Beklagten zu. Zwar kann, wie in der Rechtsprechung auch des erkennenden Senats wiederholt ausgeführt worden ist, eine an sich nicht zu beanstandende Werbebehauptung auch deshalb gegen § 3 UWG verstoßen, weil der Verkehr mit ihr die Erinnerung an frühere Werbemaßnahmen verbindet und auf diese Weise zu einer mit der Wirklichkeit nicht im Einklang stehenden Auffassung von dem Inhalt der späteren Werbebehauptung gelangt (vgl. zuletzt BGH GRUR 1964, 686, 688 - Glockenpackung II). Die Auffassung des Berufungsgerichts aber, im Streitfall sei eine derartige Fortwirkung der früheren Werbung der Beklagten gegeben, ist beeinflußt von der bereits erörterten rechtsirrigen Ansicht, dem Verbraucher von Kaffee komme es maßgeblich auch auf die wissenschaftliche Erklärbarkeit des Herstellungsverfahrens an. Darüber hinaus würde die frühere Werbung der Beklagten jedenfalls dann, wenn die Bekömmlichkeit ihres Kaffees "C" nach dem Ergebnis der erneuten Verhandlung als gegeben anzusehen wäre, nicht mehr als ein so schwerwiegender Verstoß gegen das Gebot wahrheitsgemäßer Werbung angesehen werden können, daß allein die

5

dann etwa noch festzustellende Fortwirkung der früheren Werbung den Anschein eines besonders günstigen Angebots zu erwecken vermöchte. In diesem Zusammenhang ist ferner von Bedeutung, daß der Umsatz des Kaffee "C" nach Bekanntwerden des Strafverfahrens auf einen geringen Bruchteil zurückgegangen ist und die jetzige Werbung der Beklagten sich daher an einen Käuferkreis richten muß, der - sei es unter dem Eindruck des Strafverfahrens, sei es aus anderen Gründen - die frühere Werbung, wenn er sich ihrer überhaupt erinnert, nicht ohne weiteres im Zusammenhang mit der jetzigen beurteilen wird.

- b) Die Auffassung des Berufungsgerichts, die Werbebehauptungen zu d und e enthielten jedenfalls eine gegen § 3 UWG vorstoßende Übertreibung insofern, als die Bekömmlichkeit für viele Kranke und Kaffee-Empfindliche behauptet werde, kann gleichfalls nicht gebilligt werden. Die Beklagte hat unter Beweis gestellt, daß nicht nur die weitaus überwiegende Zahl der im Strafverfahren vernommenen Gutachter diese Ansicht teilen, sondern auch, daß die von diesen Gutachtern, insbesondere von Dr. med. Mehler durchgeführten Einzelversuche die Bekömmlichkeit bei nahezu allen Patienten ergeben hätten; das sei ein höherer Grad positiver Beurteilung, als er in der ärztlichen Wissenschaft üblicherweise, sogar für die Indikation von Medikamenten, für erforderlich gehalten werde, um die Bekömmlichkeit für viele Kranke zu bejahen.

Wenn das Berufungsgericht darüber hinaus verlangt, daß bestimmte Gruppen von Leidenden, für die der Kaffee "C" möglicherweise nicht bekömmlich sei, in der Werbung genannt werden, so überspannt es damit die Anforderungen, die an die Wahrheit einer Werbung mit der Bekömmlichkeit

von Genußmitteln auch für Empfindliche gestellt werden. Wie die Revision mit Recht hervorhebt, handelt es sich nicht um die Werbung für ein Heilmittel, dem bestimmte, die Gesundheit fördernde oder bestimmte Beschwerden mildernde Wirkungen zugeschrieben werden, sondern um die Werbung für ein Genußmittel, von dem nur behauptet wird, daß es von vielen Kaffee-Empfindlichen, Gesunden und Kranken, gut vertragen werde, ohne Beschwerden hervorzurufen, wie sie nach dem Genuß sonstigen Kaffees bei vielen derartigen Personen auftreten. Nur dies behauptet die Beklagte mit ihrer Werbung, und diese Behauptung ist dem Wahrheitsbeweis zugänglich. Zu Unrecht bezieht sich das Berufungsgericht für seine gegenteilige Auffassung auf die bereits erwähnte Entscheidung des Reichsgerichts (MuW 1935, 282, 284); dort ist hinsichtlich der Werbebehauptung, daß ein bestimmter Kaffee für "viele" bekömmlich sei, gerade nicht ausgeführt worden, es sei eine Übertreibung in dem vom Berufungsgericht dargelegten Sinne gegeben; auch findet sich dort nichts über das vom Berufungsgericht in demselben Zusammenhang aufgestellte Erfordernis eines über 1000 Personen umfassenden Kreises von Probanden. Das schon erwähnte Gutachten von Dr. Viets spricht vielmehr dafür, daß eine derartige Zahl von Versuchspersonen ausreicht, und nach der nicht widerlegten Behauptung der Beklagten ist bei einer solchen Anzahl von Versuchspersonen auch bereits die Prüfung der Wirkung ihres Kaffees "C" von den von ihr benannten Sachverständigen vorgenommen worden.

Die Verurteilung nach dem Klageantrag d läßt sich hier- nach aufgrund der bisherigen Feststellungen nicht aufrechterhalten.

- 5
2. Innerhalb der mit dem Klageantrag e angegriffenen Werbebehauptung ist entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts nach dem bisher festgestellten Sachverhalt auch nicht die über die Werbebehauptung zu d hinausgehende Angabe zu beanstanden, die gute Bekömmlichkeit des Kaffees "C" sei "in vielen Fällen klinisch festgestellt worden".

Rechtsfehlerhaft ist insoweit insbesondere die Erwägung des Berufungsgerichts, das Publikum entnehme dieser Behauptung, die Versuchspersonen seien eigens zu diesem Zwecke in Kliniken aufgenommen worden; diese Auffassung des Berufungsgerichts findet in der allgemeinen Lebenserfahrung keine Stütze; sonstige Gründe führt das Berufungsgericht für diese seine Auffassung nicht an.

Soweit das Berufungsurteil die Richtigkeit dieser Werbebehauptung (klinische Feststellung in vielen Fällen) mit dem Hinweis verneint, Dr. Mehler, der von der Beklagten zum Beweise der Richtigkeit in erster Linie benannt worden sei, verabreiche jetzt "Idee Kaffee", kann die Rüge der Revision auf sich beruhen, es sei nicht ersichtlich, worauf das Berufungsgericht diese Feststellung gründe; denn das vom Berufungsgericht festgestellte Verhalten Dr. Mehlers würde nicht ohne weiteres den allein entscheidungserheblichen Schluß zulassen, er sei vom Ergebnis seines der Beklagten günstigen Gutachtens inzwischen abgerückt.

Wenn das Berufungsgericht schließlich die von Dr. Mehler angewandten Untersuchungsmethoden bemängelt, so war es damit jedenfalls nicht der Pflicht enthoben, den übrigen entsprechenden Beweisangeboten der Beklagten nachzugehen.

Überdies ist nicht ersichtlich, worauf das Berufungsgericht, das ebenso wie das Landgericht keinen Sachverständigenbeweis erhoben hat, die Sachkunde stützt, um die von Dr. Mohler eingehaltenen Methoden als nicht sachgemäß zu werten.

- V. Nach alledem muß das Berufungsurteil auch insoweit aufgehoben werden, als es die Berufung hinsichtlich der Klageanträge zu d und o sachlich zurückgewiesen hat.

Bei der erneuten Verhandlung und Entscheidung der Sache wird das Berufungsgericht für den Begriff der vielfachen klinischen Erprobung oder Feststellung unter Berücksichtigung des allgemeinen Sprachgebrauchs und der Auffassung der von der fraglichen Werbung angesprochenen Verkehrskreise im Zweifel die Maßstäbe zugrunde legen müssen, die üblicherweise bezüglich der Anzahl von Versuchspersonen und des Anteils positiver Untersuchungsergebnisse bei vergleichbaren Fällen zugrunde gelegt zu werden pflegen.

In dem Rechtsstreit der Kaffee Hag AG gegen die Beklagte (O 387/57) hat das Landgericht die Ansicht vertreten, die Beklagte sei beweispflichtig für ihre Behauptung, die Bekömmlichkeit ihres Kaffees "C" sei klinisch vielfach erprobt. Es folgert diese von der Regel des § 3 UWG abweichende Beweislastverteilung daraus, daß die Beklagte diese Behauptung bereits in einem Zeitpunkt (31. Oktober 1957) aufgestellt habe, als von einer klinischen Erprobung noch nicht habe die Rede sein können; die damals allein vorliegenden Gutachten von Prof. Mohr und Prof. Petrides seien, auch wegen der darin enthaltenen gewesenen Vorbehalte weiterer Prüfung, nicht ausreichend gewesen. Deshalb müsse

die Beklagte beweisen, daß ihre Angabe nunmehr richtig geworden sei.

Dieser Auffassung ist zuzustimmen. Sie ergibt sich schon aus der allgemeinen Beweislastregel, daß den Wegfall des aus der ursprünglich unrichtigen Behauptung der Beklagten erwachsenen Unterlassungsanspruchs der Klägerin die Beklagte zu beweisen hat (vgl. BGH GRUR 1961, 541, 543 unter c - Buschbohne). Es ist auch nicht unbillig, daß die Beklagte diese Folge einer voreiligen Verbreitung dieser Werbebehauptung trägt, sofern von einer solchen die Rede sein kann. Bei dieser Sachlage kann dahingestellt bleiben, ob die Beklagte für diese Behauptung auch deshalb beweispflichtig ist, weil sie damit einen Sachverhalt behauptet, der unter den gegebenen Umständen wohl nur auf ihre Veranlassung hin eingetreten sein kann und der von Dritten, wenn überhaupt, so doch nur unter besonderen Schwierigkeiten auf seine Richtigkeit geprüft werden könnte.

Hinsichtlich der Behauptung der Bekömmlichkeit ihres Kaffees verbleibt es dagegen bei der im Rahmen des § 3 UWG geltenden allgemeinen Regel, nach der die Unwahrheit der aufgestellten Behauptung bewiesen sein muß. Wenn die Beweisaufnahme dazu führen würde, daß hinsichtlich der Bekömmlichkeit für "viele Kranke" von einer als herrschend zu bezeichnenden Auffassung der ärztlichen Fachwelt nicht gesprochen werden könnte, käme die Anwendung des Grundsatzes in Betracht, daß eine fachlich umstrittene Auffassung nicht als gesichert hingestellt werden darf (BGH GRUR 1958, 485 - Odol). In bezug auf die hierbei unter den gegebenen Umständen anzulegenden Maßstäbe werden die Ausführungen von Prof. Riechert (GA 53) zu berücksichtigen sein.

Der Höhe des Verkaufspreises des Kaffee "C" kommt entgegen der vom Berufungsgericht bisher vertretenen Meinung keine entscheidungserhebliche Bedeutung zu, sofern sich die beiden in Frage stehenden Werbebehauptungen als erweislich wahr bzw. als nicht widerlegt herausstellen. Der Verkaufspreis kann mit der gegebenen Begründung insbesondere nicht zur Stützung der Ansicht herangezogen werden, der Verbraucher hege wegen der Höhe des Preises übertriebene Erwartungen hinsichtlich der Wirkung des Kaffees; der Gedankengang des Berufungsgerichts, der Verbraucher würde sich bei Kenntnis des Verfahrens der Beklagten zumindest überlegen, ob er für 100 g des behandelten Kaffees 1 DM mehr zahlen werde, als für die gleiche Menge des entsprechenden unbehandelten Kaffees, beruht auf der Annahme, der Verbraucher kenne den entsprechenden unbehandelten Kaffee und seinen Preis; das aber ist nicht festgestellt. Selbst, wenn der Verbraucher aber den "Preisaufschlag" kennen würde, ließe der Umstand, daß er den Kaffee "C" dennoch kauft, nicht ohne weiteres darauf schließen, daß er hinsichtlich der Wirkung dieses Kaffees übertriebene Erwartungen hege; ebenso gut könnte daraus geschlossen werden, daß ihm die subjektive Bekömmlichkeit des Kaffees diesen Preisaufschlag wert ist.

- VI. Die Revision der Beklagten war hiernach zurückzuweisen, soweit ihre Berufung hinsichtlich der Klageanträge zu a bis c zurückgewiesen worden ist; im übrigen war das angefochtene Urteil aufzuheben und die Sache insoweit zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen; diesem war auch die Ent-

scheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens zu übertragen.

Krüger-Nieland

Jungbluth

Pehle

Sprenkmann

Alff