

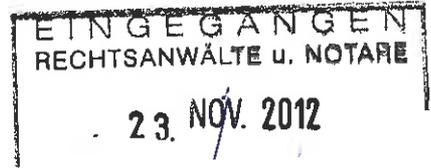
Abschrift

Landgericht Hamburg

Az.: 406 HKO 107/12

Verkündet am 20.11.2012

Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



Urteil

IM NAMEN DES VOLKES

In der Sache

Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. -, vertreten durch den Vorstand Gerd Billen, Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:
Rechtsanwälte

gegen

Unilever Deutschland GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer Henricus Brouwer, Strandkai 1, 20457 Hamburg

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:
Rechtsanwälte

wegen Unterlassung

erkennt das Landgericht Hamburg - Kammer 6 für Handelssachen - durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht am 20.11.2012 auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 06.11.2012 für Recht:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu EUR 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen für „Du darfst“-Produkte mit einem Werbespot „Diät ohne mich“ wie auf der als Anlage K 1 diesem Urteil beigefügten Daten-DVD wiedergegeben, zu werben bzw. werben zu lassen.
2. Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger **EUR 214,00** (i. W.: EUR zweihundertvierzehn 00/100) nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 17.07.2012 zu zahlen.
3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
4. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, zu 1. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von EUR 15.000,00, zu 2. und 3. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages.

Tatbestand:

Der Kläger nimmt die Beklagte nach erfolgloser vorprozessualer Abmahnung auf Unterlassung der Werbung mit dem aus Anlage K 1 ersichtlichen Werbespot in Anspruch.

Der Text für diesen Werbespot lautet auszugsweise wie folgt: „Das ist für die, die auf Nichts verzichten, die sich satt essen am ... und allem worauf sie gerade Lust haben. Du hast keine Lust Kalorien zu zählen? Dann lass es doch einfach. Mit „du darfst“ kannst Du unbeschwert genießen. Denn „du darfst“ heißt vor allem: Du

406 HKO 107/12

musst gar nichts. Greif einfach zu. Diät – ohne mich. Du darfst.“ Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf Anlage K 1 Bezug genommen.

Der Kläger meint, die Werbung sei irreführend, weil mit ihr übergewichtigen Personen suggeriert würde, sie könnten durch den Verzehr von „du darfst“-Produkten auf eine Diät verzichten und trotzdem Gewicht verlieren, ohne sich in ihren sonstigen Essgewohnheiten einschränken zu müssen. Personen mit Normalgewicht werde zu Unrecht der Eindruck vermittelt, von den „du darfst“-Produkten könne man ohne Gewichtszunahme so viel und so oft essen, wie man Lust dazu habe, ohne an Gewicht zuzunehmen.

Der Kläger beantragt
wie erkannt.

Die Beklagte beantragt
Klagabweisung.

Die Beklagte macht geltend, dass die streitige Werbung nicht irreführend sei. Der für die rechtliche Beurteilung maßgebliche verständige Verbraucher wisse selbstverständlich, dass der übermäßige Verzehr auch der beworbenen Produkte früher oder später zwangsläufig zu einer Gewichtszunahme führe und verstehe die hier streitigen Aussagen im Werbespot vor diesem Hintergrund als ganz übliche werbliche Anpreisung. Der Werbespot vermittele die allen Werbemaßnahmen für die beworbenen Produkte seit über 30 Jahren zugrunde gelegte Botschaft, dass es in keiner Weise erstrebenswert sei, sich Diäten zu unterziehen, die ausschließlich der Gewichtsreduktion und einem übertriebenen Schlankeitsideal dienen. Vor diesem Hintergrund stehe die Marke „du darfst“ weder für Diäten noch für ungezügelter Konsum, sondern gerade für einen bewussten und gesunden Umgang mit dem eigenen Körper und der Ernährung. Auch die Bildwahl des Werbespots diene lediglich der Vermittlung eines positiven Lebensgefühls und zeige im Übrigen, wie wichtig dafür Aktivität und Bewegung seien. Schließlich würden die in der Werbung auftretenden Personen auch nur geringe Mengen der beworbenen Produkte essen.

Zur Ergänzung des Vorbringens der Parteien wird auf ihre Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.

Entscheidungsgründe:

Die zulässige Klage ist begründet.

Der Kläger ist gemäß §§ 3, 5, 8, 12 UWG befugt, die Beklagte hinsichtlich des streitgegenständlichen Werbespots auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten in Anspruch zu nehmen, weil die streitige Werbung irreführend ist. Die streitige Werbung vermittelt dem Verbraucher mehr als nur, dass es nicht erstrebenswert ist, strengen Diäten und einem übertriebenen Schlankheitsideal zu folgen. Der gesamte Werbespot ist darauf ausgerichtet, die Botschaft zu vermitteln, mit „du darfst“ könne der Verbraucher Lebensmittel unbeschwert genießen, wie dies auch schon die Marke „du darfst“ zum Ausdruck bringt. Dementsprechend heißt es in dem Werbespot auch ausdrücklich: „Mit du darfst kannst du unbeschwert genießen.“ Auch der weitere Text des Werbespots fordert den Verbraucher auf, sich von lästigen Diätvorschriften zu befreien, auf nichts zu verzichten, sich satt zu essen an allem, worauf man gerade Lust hat, ohne dabei Kalorien zu zählen. Die in diesem Zusammenhang gezeigten Bilder schlanker und aktiver Menschen unterstreichen dabei die auch durch den Text zum Ausdruck gebrachte Botschaft, dass dieser Genuss mit „du darfst“-Produkten unbeschwert erfolgen könne, also ohne die bei anderen Produkten bei unkontrolliertem Verzehr bei vielen Menschen zu beobachtende Gewichtszunahme. Dabei können hier diejenigen Verkehrskreise außer Betracht bleiben, die aufgrund entsprechender Lebens- oder Arbeitsbedingungen, ihrer genetischen Disposition oder anderer Umstände keine Gewichtsprobleme haben. Denn die Werbung wendet sich an die Personen, die schnell zunehmen, wenn sie bei der Ernährung auf nichts verzichten und sich an allem, worauf sie gerade Lust haben, satt essen, für die solcher Genuss üblicherweise alles andere als „unbeschwert“ ist, sondern dazu führt, dass sie erheblich schwerer werden. Diesen Personen suggeriert die streitige Werbung, dass sie bei Genuss der beworbenen Lebensmittel der Marke

„du darfst“ unbeschwert alles genießen können, worauf sie gerade Lust haben und trotzdem so schlank und aktiv bleiben oder werden können, wie die in der Werbung abgebildeten Personen.

Entgegen der Auffassung der Beklagten wird die streitige Werbebotschaft dabei vom Verbraucher auch weder als rein reklamemäßige Anpreisung ohne Tatsachekern verstanden noch in ihrer Unrichtigkeit zuverlässig erkannt. Auch wenn der werbeerfahrene Verbraucher hier gewisse Abstriche vornimmt und nicht alle Aussagen „für bare Münze“ nimmt, so entnimmt er der Werbung gleichwohl die Tatsachenbehauptung, die beworbenen Produkte würden ihm etwas ermöglichen, was ihm mit den üblichen Lebensmitteln nicht möglich ist, nämlich unbeschwert genießen zu können und sich an allem satt essen zu können, worauf er gerade Lust habe. Dass dies unzutreffend ist, wird der Verbraucher vielfach nicht erkennen. Selbst wenn man davon ausgeht, dass dem verständigen Verbraucher bekannt ist, dass er nicht unbegrenzt viel essen kann, ohne übergewichtig zu werden, schließt dies eine Irreführung durch die streitgegenständliche Werbung nicht aus. Denn den Verbrauchern ist vielfach nicht bekannt, dass auch kalorienreduzierte Produkte keineswegs unbeschwert genossen werden können und dass man sich auch an solchen Produkten keineswegs mit allem satt essen kann, worauf man gerade Lust hat. Durch die verbreitete Werbung für Light-Produkte wird im Gegenteil bei vielen Verbrauchern der Eindruck hervorgerufen, dass es Lebensmittel gebe, an denen man sich unbeschwert satt essen könne, ohne eine Gewichtszunahme befürchten zu müssen. Hier besteht eine durch die Werbung für kalorienreduzierte Lebensmittel allgemein und die Produkte der Beklagten im Besonderen weit verbreitete Fehlvorstellung dahingehend, dass man kalorienreduzierte Lebensmittel durchaus unbeschwert und bis zum Eintritt der Sättigung genießen könne. Vielen Verbrauchern ist dabei nicht bekannt, dass beispielsweise kalorienreduzierte Wurst- oder Käsewaren immer noch eine hohe Energiedichte aufweisen und daher zu einer Gewichtszunahme führen, wenn man sich an diesen Produkten satt isst, ohne auf die Kalorien zu achten.

Der Zinsanspruch folgt aus §§ 286, 288, 291 BGB.

Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91, 709 ZPO.