

Aktenzeichen:

2 U 77/24

21 O 121/23 KfH LG Heilbronn



Oberlandesgericht Stuttgart

2. ZIVILSENAT

Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V., vertreten durch d. Vorsitzenden, Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart
- Kläger und Berufungskläger -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

gegen

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, vertreten durch d. persönl. haft. Gesellschafter, Bonfelder Straße 2, 74206 Bad Wimpfen
- Beklagte und Berufungsbeklagte -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

wegen Unterlassung

hat das Oberlandesgericht Stuttgart - 2. Zivilsenat - durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht [REDACTED], den Richter am Oberlandesgericht [REDACTED] und den Richter am Oberlandesgericht [REDACTED] am 31.07.2025 aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 24.07.2025 für Recht erkannt:

1. Die Berufung des Klägers gegen das Urteil des Landgerichts Heilbronn vom 23.04.2024, Az. 21 O 121/23 KfH, wird unter Abweisung der Klageerweiterung im Berufungsverfahren zurückgewiesen.
2. Der Kläger hat die Kosten des Berufungsverfahrens zu tragen.
3. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Beschluss

Der Streitwert für das Berufungsverfahren wird auf bis zu 22.000,00 € festgesetzt.

Gründe:

I.

1. Der Kläger ist ein qualifizierter Verbraucherverband im Sinne des § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG. Die Beklagte betreibt ein Unternehmen, das einem Konzern im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels zugehört.

Die Beklagte gab einen doppelseitig gedruckten Werbeprospekt von sechs Seiten Länge für den Gültigkeitszeitraum vom 31.07.2023 bis 05.08.2023 heraus (Anlage K2). Darin bewarb sie auf der Seite 2 das Produkt „Ömür Böreklik Weißkäse“ zu einem mit einem Sternhinweis gekennzeichneten Aktionspreis in Höhe von 2,99 €, zu dem auf Seite 5 des Prospekts folgender Hinweistext steht:

„Dieser Artikel kann aufgrund begrenzter Vorratsmenge bereits im Laufe des ersten Angebotstages ausverkauft sein [...].“

Auf der Deckseite 1 sowie den Seiten 2 bis 5 des Prospekts bewarb die Beklagte durchgehend auch andere Produkte in einer Weise, dass dort der jeweils angegebene Aktionspreis ebenfalls mit einem Sternhinweis gekennzeichnet war. Der Werbeprospekt schließt auf der Deckseite 6 farblich abgesetzt mit einer anderen Werbung als für die zuvor beworbenen Produkte.

Mit Anwaltsschreiben vom 04.09.2023 (Anlage K4) ließ der Kläger die Beklagte wegen des vorstehenden Sachverhalts abmahnen und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auffordern. Eine solche gab die Beklagte nicht ab.

Der Kläger hat die Meinung vertreten, die Beklagte verstoße gegen § 3, § 5a Abs. 1, Abs. 2 UWG, indem sie den Verbraucher erst auf Seite 5 des Prospekts darüber informiere, dass das von ihr auf Seite 2 beworbene Produkt „Ömür Böreklik Weißkäse“ lediglich in einer eingeschränkten Stückzahl in den einzelnen Filialen verfügbar sei und daher bereits im Laufe des ersten Angebots-tags ausverkauft sein könne. Ob das Produkt tatsächlich nur eingeschränkt verfügbar gewesen sei, sei nach Ansicht des Klägers unerheblich, weil der von der Beklagten verwendete Sternhinweis gleichsam prophylaktisch dazu diene, den Verbraucher vor einer eingeschränkten Verfügbarkeit zu warnen. Er hat deshalb die Darlegungs- und Beweislast für eine zulängliche Bevorratung bei der Beklagten gesehen. Hilfsweise hat der Kläger behauptet, dass bei lebensnaher Betrachtung die Beklagte nur deshalb einen Hinweis auf eine eingeschränkte Verfügbarkeit in den Prospekt mit aufgenommen habe, weil es diese tatsächlich gegeben habe. Die Art und Weise des erteilten Hinweises sei nach Ansicht des Klägers aus mehreren Gründen irreführend. Der Verbraucher rechne auf Seite 5 des Prospekts nicht mehr mit einem Hinweis in Bezug auf ein mehrere Seiten zuvor beworbenes Produkt. Deswegen werde er den Hinweistext regelmäßig nicht mehr zur Kenntnis nehmen oder jedenfalls nicht mit dem auf Seite 2 beworbenen Produkt in Verbindung bringen. Weil auf Seite 5 des Prospekts zahlreiche Produkte ebenfalls mit einem mit Sternhinweis gekennzeichnetem Aktionspreis beworben würden, wisse der Verbraucher nicht, ob sich der Hinweistext nur auf die auf Seite 5 beworbenen Produkte beziehe oder für sämtliche der in dem Prospekt mit Sternhinweis gekennzeichneten Aktionspreise gelte.

Mit seiner am 10.11.2023 erhobenen Klage hat der Kläger beantragt:

- I. Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern in einem Werbe-prospekt
 1. ein Produkt als Käse („Weißkäse“) zu bezeichnen, obwohl bei dessen Herstellung das natür-liche Milchfett durch Pflanzenfett ersetzt wurde,

wenn dies geschieht wie aus Anlage K 2, Seite 2, ersichtlich (rote Umrahmung durch uns);

und/oder
 2. für ein Lebensmittelprodukt (Weißkäse) zu werben, das nach der Darstellung der Beklagten in einzelnen Filialen nur eingeschränkt verfügbar sein soll, wenn auf diese eingeschränkte Verfügbarkeit durch ein Hinweissternchen in Verbindung mit einem Hinweistext hingewiesen wird und sich der Hinweistext nicht auf derselben Seite oder der nachfolgenden Seite befindet wie das Hinweissternchen selbst,

wenn dies geschieht wie aus Anlage K 2, Seiten 2 und 5, ersichtlich (rote Umrahmung durch uns).

- II. Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffern I. genannten Unterlassungspflichten ein Ordnungsgeld bis zu 250.000,00 € (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken an den Geschäftsführern der Komplementär-GmbH der Beklagten, angedroht.
- III. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 243,51 € zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Die Beklagte hat beantragt:

Klageabweisung

Die Beklagte hat die Meinung vertreten, die Klage sei hinsichtlich des Klageantrags Ziffer I.2. unschlüssig, weil der Kläger nicht dargelegt habe, dass die Erläuterung des Sternhinweises eine wesentliche Information im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG enthalte. Lediglich ziehe er diese Schlussfolgerung aus der Erteilung des Hinweises. Das treffe jedoch nach Ansicht der Beklagten nicht zu, weil es abgesehen von der hier nicht einschlägigen Nummer 5 Halbs. 2 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG bei den allgemeinen Grundsätzen der Verteilung der Darlegungs- und Beweislast bewende. In diesem Zusammenhang hat die Beklagte die Rechtsbehauptung aufgestellt, dass sie den Sternhinweis freiwillig und vorsorglich in dem Prospekt aufgenommen habe. So sei das beworbene Produkt „Ömür Böreklik Weißkäse“ in allen Filialen in ausreichender Menge verfügbar gewesen. Im Übrigen ist die Beklagte der Meinung des Klägers entgegengetreten, die Werbung sei ob der Art und Weise des erteilten Hinweises irreführend.

Wegen des weiteren Sach- und Streitstandes in erster Instanz wird auf den Tatbestand des angefochtenen Urteils Bezug genommen.

2. Das Landgericht hat die Klage hinsichtlich der Klageanträge Ziffer I.2. und Ziffer III. abgewiesen und ihr im Übrigen stattgegeben. Zur Begründung hat das Landgericht – soweit für die Berufung noch von Bedeutung – ausgeführt:

Der Kläger habe gegen die Beklagte hinsichtlich des Klageantrags Ziffer I.2. keinen Anspruch auf Unterlassung gemäß §§ 8, 3, 5a Abs. 1, Abs. 2 UWG. Offenbleiben könne, ob die Information des Kunden zur Bedeutung des Sternhinweises die notwendige Aufklärung darstelle für den Fall, dass zumindest gleichwertige Produkte für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zu dem genannten Preis bereitgestellt seien. Hierauf komme es nicht an, weil der Verbraucher die

Information nicht benötige, um eine Kaufentscheidung zu treffen, da es an der hinreichenden Darlegung eines Mangelfalles fehle. Die Hinweispflicht stehe in einem unmittelbaren Zusammenhang mit (mindestens) der Gefahr einer Mangelbevorratung. Von einer solchen sei nicht auszugehen, weil der Kläger dazu nichts vorgetragen habe. Weil der Verbraucher deshalb nicht in die Gefahr gerate, eine Filiale wegen des beworbenen Produkts vergeblich aufzusuchen, sei eine unzureichende Aufklärung über eine gar nicht gegebene Verknappung ohne Belang.

3. Hiergegen richtet sich die Berufung des Klägers, mit der er nach teilweiser Rücknahme der Berufung hinsichtlich der mit dem Klageantrag Ziffer III. geltend gemachten Abmahnpauschale nur noch den Klageantrag Ziffer I.2. weiterverfolgt. Der Kläger beanstandet, das Landgericht habe ihm unter Verstoß gegen § 308 Abs. 1 Satz 1 ZPO einen prozessualen Anspruch aberkannt, den er mit dem Klageantrag Ziffer I.2. gar nicht zur Entscheidung gestellt habe. Der vom Landgericht missverstandene Klageantrag Ziffer I.2. richte sich nicht gegen eine unzulängliche Bevorratung, sondern gegen die Art und Weise des erteilten Hinweises. Insoweit hält der Kläger seine bisherige Meinung aufrecht, dass die Werbung irreführend sei, macht dazu ergänzende und vertiefende Ausführungen und begründet sein Klagebegehren auch mit einer Erstbegehungsgefahr.

Die Beklagte, die die Zurückweisung der Berufung beantragt, verteidigt das angefochtene Urteil.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes in zweiter Instanz wird auf die wechselseitigen Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf das Sitzungsprotokoll vom 24.07.2025 Bezug genommen.

II.

1. Die Berufung ist zulässig, aber unbegründet.

a) Der Zulässigkeit der Berufung steht nicht entgegen, dass in Bezug auf den weiterverfolgten Klageantrag Ziffer I.2. der Kläger nach eigenen Angaben einen prozessualen Anspruch geltend macht, über den das Landgericht gar nicht entschieden haben soll. Auch insoweit verfolgt der Kläger mit seiner Berufung die Beseitigung einer in dem angefochtenen Urteil liegenden Beschwerde (vgl. BGH, Beschlüsse vom 11.03.2015 – XII ZB 553/14, juris Rn. 8 und vom 19.09.2023 – XI ZB 31/22, juris Rn. 10).

Der Kläger beanstandet, das Landgericht habe entgegen § 308 Abs. 1 Satz 1 ZPO zu seinem Nachteil über einen anderen prozessualen Anspruch entschieden, als er mit dem Klageantrag Ziffer I.2. geltend gemacht habe. Träfe dies zu, was hier für die Zulässigkeit der Berufung zu

unterstellen ist, bliebe das angefochtene Urteil hinter dem vom Kläger in der ersten Instanz verfolgten Klagebegehren zurück und ist eine Beschwer als gegeben anzunehmen (vgl. BGH, Urteil vom 16.05.2019 – IX ZR 44/18, juris Rn. 11 [Parallelveröffentlichung in BGHZ 222, 114]).

b) In der Sache hat die Berufung keinen Erfolg.

aa) Allerdings genügen die Klageanträge Ziffer I.1. und Ziffer I.2. hinsichtlich der Verwendung der Formulierung „und/oder“ den in jeder Lage des Verfahrens von Amts wegen zu beachtenden (BGH, Urteile vom 10.01.2019 – I ZR 267/15, Cordoba II, juris Rn. 23 und vom 27.03.2025 – I ZR 222/19, Arzneimittelbestelldaten III, juris Rn. 17) Bestimmtheitsanforderungen des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

Ein Kläger, der ein einheitliches Klagebegehren aus mehreren prozessualen Ansprüchen (Streitgegenstände) herleitet, verstößt zwar gegen das Gebot des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO, den Klagegrund bestimmt genug zu bezeichnen, wenn er dem Gericht im Wege der alternativen Klagehäufung die Auswahl überlässt, auf welchen Klagegrund es die Verurteilung stützt (BGH, Beschluss vom 24.03.2011 – I ZR 108/09, TÜV I, juris Rn. 6 ff. [Parallelveröffentlichung in BGHZ 189, 56]; BGH, Urteil vom 17.08.2011 – I ZR 108/09, TÜV II, juris Rn. 30). Um einen solchen Fall handelt es sich hier jedoch nicht, sondern um eine zulässige kumulative Klagehäufung.

Der Kläger stützt sein Unterlassungsbegehren auf zwei verschiedene Gesichtspunkte. Er beanstandet erstens die Bezeichnung des beworbenen Produkts „Ömür Böreklik Weißkäse“ als „Weißkäse“ und zweitens die Art und Weise des erteilten Hinweises zu diesem Produkt. Bei der wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsklage bildet die konkrete Verletzungsform den Streitgegenstand, wenn mit der Klage ein entsprechendes Unterlassungsbegehren verfolgt wird. Der Streitgegenstand umfasst in diesem Fall – unabhängig davon, ob der Kläger sich auf diese Rechtsverletzung gestützt und den zu dieser Rechtsverletzung gehörenden Tatsachenvortrag gehalten hat – alle Rechtsverletzungen, die in der konkreten Verletzungsform verwirklicht sind, auch wenn die verschiedenen Verletzungen jeweils einen unterschiedlichen Tatsachenvortrag erfordern (BGH, Urteile vom 13.09.2012 – I ZR 230/11, Biomинeralwasser, juris Rn. 19, 24 [Parallelveröffentlichung in BGHZ 194, 314] und vom 23.01.2025 – I ZR 197/22, Desinfektionsschaum, juris Rn. 12). Dem Kläger ist es allerdings nicht verwehrt, in Fällen, in denen er – wie hier – eine konkrete Werbung unter verschiedenen Aspekten jeweils gesondert angreifen möchte, eben diese verschiedenen Aspekte im Wege der kumulativen Klagehäufung zu jeweils getrennten Klagezielen zu machen (BGH, Urteile vom 13.09.2012 – I ZR 230/11, Biomинeralwasser, juris Rn. 25 [Parallelveröffentlichung in BGHZ 194, 314] und vom 23.01.2025 – I ZR 197/22, Desinfektionsschaum, juris Rn. 12).

Durch die Verwendung der Formulierung „und/oder“ erstrebt der Kläger im vorliegenden Fall ein Verbot der Werbung sowohl jeweils gesondert als auch kombiniert, und zwar in jeder möglichen Kombination der in den Klageanträgen Ziffer I.1. und Ziffer I.2. wiedergegebenen Werbeangaben. Die Verbindung mit „und/oder“ weist das Gericht darauf hin, dass es nicht nur die einzelnen Werbeangaben für sich allein zu prüfen hat, sondern erforderlichenfalls auch in ihrer Kombination (BGH, Urteil vom 02.06.2022 – I ZR 93/21, 7x mehr, juris Rn. 64; OLG Karlsruhe, Urteil vom 21.08.2020 – 4 U 214/18, juris Rn. 50). Nicht anders hat es das Landgericht gesehen, indem es der Klage hinsichtlich des Klageantrags Ziffer I.1. stattgegeben hat und sie „im Übrigen“, soweit es (auch) den Klageantrag Ziffer I.2. betrifft, mit der dem Kläger nachteiligen Kostenaufhebung abgewiesen hat.

bb) Das Landgericht hat in Bezug auf den Klageantrag Ziffer I.2. die Klage zu Recht abgewiesen. Soweit der Kläger sein Klagebegehren dabei auch mit einer Erstbegehungsgefahr begründet, handelt es sich zwar – entgegen der Ansicht der Berufung – um eine Klageänderung im Berufungsverfahren (vgl. BGH, Urteile vom 10.03.2016 – I ZR 183/14, Stirnlampen, juris Rn. 20 und vom 23.09.2015 – I ZR 15/14, Amplidect, juris Rn. 41), die der Senat gemäß § 533 ZPO jedoch als zulässig erachtet.

(1) Das Landgericht hat dem Kläger keinen prozessualen Anspruch aberkannt, den er nicht zur Entscheidung gestellt hat. Träfe dies zu, läge darin allerdings eine Verletzung von § 308 Abs. 1 Satz 1 ZPO, auf die die Berufung zulässig gestützt werden könnte (§ 513 Abs. 1 Var. 1 ZPO). Denn die Vorschrift des § 308 Abs. 1 Satz 1 ZPO wird nicht nur verletzt, wenn dem Kläger ein prozessualer Anspruch zuerkannt wird, den er nicht erhoben hat, sondern auch dann, wenn ihm ein solcher Anspruch aberkannt wird, den er nicht zur Entscheidung gestellt hat (BGH, Urteil vom 29.11.1990 – I ZR 45/89, juris Rn. 13; BAG, Urteil vom 15.04.2015 – 4 AZR 796/13, juris Rn. 21). So liegt der Fall hier aber nicht.

Der Streitgegenstand (prozessuale Anspruch) wird durch den Klageantrag bestimmt, in dem sich die vom Kläger in Anspruch genommene Rechtsfolge konkretisiert, und den Klagegrund, aus dem der Kläger die begehrte Rechtsfolge herleitet. Bei einer wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsklage besteht die begehrte Rechtsfolge in dem Verbot gerade der bestimmten – als rechtswidrig angegriffenen – Verhaltensweise (Verletzungsform), die der Kläger in seinem Antrag sowie seiner zur Antragsauslegung heranzuziehenden Klagebegründung festgelegt hat (BGH, Urteile vom 13.09.2012 – I ZR 230/11, Biominalwasser, juris Rn. 19, 24 [Parallelveröffentlichung in BGHZ 194, 314] und vom 23.01.2025 – I ZR 197/22, Desinfektionsschaum, juris Rn. 12). Die so umschriebene Verletzungsform bestimmt und begrenzt damit den Inhalt des Klagebegehrens (BGH, Urteile vom 03.04.2003 – I ZR 1/01, Reinigungsarbeiten, juris Rn. 44 und vom 29.06.2006 – I ZR 235/03, Anschriftenliste, juris Rn. 16).

Der Klageantrag Ziffer I.2. ist zwar nach seinem Wortlaut darauf gerichtet, der Beklagten eine bestimmte Werbung wegen der Art und Weise des zu einem Produkt erteilten Hinweises zu untersagen. Konkret beanstandet der Kläger, dass sich der Hinweistext nicht auf derselben oder der nachfolgenden Seite befindet wie der Sternhinweis zu dem beworbenen Produkt. Bezugspunkt ist aber die Erläuterung des Sternhinweises, dass das beworbene Produkt „aufgrund begrenzter Vorratsmenge bereits im Laufe des ersten Angebotstages ausverkauft“ sein könne. Darin liegt der eigentliche Klagegrund, weil es ohne die rechtliche Verpflichtung zur Erteilung eines entsprechenden Hinweises keinen Anhalt gäbe, eben die Art und Weise eines tatsächlich erteilten Hinweises auf einen Wettbewerbsverstoß hin zu überprüfen. Der damit korrespondierende materiell-rechtliche Unterlassungsanspruch kann sich im vorliegenden Fall entweder aus § 8 Abs. 1 Satz 1, Satz 2, Abs. 3 Nr. 3, § 3 Abs. 3 in Verbindung mit Anhang Nr. 5 UWG oder aus § 8 Abs. 1 Satz 1, Satz 2, Abs. 3 Nr. 3, § 3 Abs. 1, § 5a Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG ergeben. Hierfür müssten sämtliche Anspruchsvoraussetzungen erfüllt sein. Das Landgericht hat hier die Klage hinsichtlich des Klageantrags Ziffer I.2. mit der Begründung abgewiesen, dass der Kläger eine eingeschränkte Verfügbarkeit nicht dargelegt habe; deswegen stelle ein Hinweis, der sich hierauf beziehe, für einen Verbraucher keine wesentliche Information im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG dar und scheide ein hierauf gründender Unterlassungsanspruch gemäß §§ 8, 3, 5a Abs. 1, Abs. 2 UWG aus. Damit hat es lediglich eine Voraussetzung für den vom Kläger geltend gemachten Anspruch verneint, nicht aber über einen anderen Streitgegenstand entschieden.

(2) Auf Grundlage der bindenden Feststellungen des Landgerichts teilt der Senat die Beurteilung des Landgerichts, dass dem Kläger der mit dem Klageantrag Ziffer I.2. geltend gemachte Unterlassungsanspruch nicht zusteht (§ 513 Abs. 1 Var. 2 ZPO). Das gilt im Hinblick auf die Klageerweiterung im Berufungsverfahren auch für einen vorbeugenden Unterlassungsanspruch.

(a) Die Voraussetzungen für einen Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 Satz 1, Satz 2, Abs. 3 Nr. 3, § 3 Abs. 3 in Verbindung mit Anhang Nr. 5 UWG liegen nicht vor.

(aa) Nach der Bestimmung der Nummer 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG stellt es eine stets irreführende geschäftliche Handlung dar, wenn ein Unternehmer zum Kauf von Waren auffordert (§ 5b Abs. 1 UWG), ohne darüber aufzuklären, dass er hinreichende Gründe hat anzunehmen, er werde nicht in der Lage sein, diese oder gleichwertige Waren für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zu dem genannten Preis bereitzustellen oder bereitstellen zu lassen. Der Unternehmer muss insoweit bezogen auf den Zeitpunkt der geschäftlichen Handlung eine Prognose treffen, für die maßgeblich der Zeitpunkt der geschäftlichen Handlung ist. Maßstab ist die objektive Sorgfalt, die von einem durchschnittlichen Unternehmer zu erwarten ist (vgl. statt aller Köhler in Köhler/Feddersen, UWG, 43. Aufl. 2025, Anh. § 3 Rn. 5.18 m.w.N.).

Nach dieser Regelung ist nicht die unzulängliche Bevorratung der beworbenen Ware, sondern die unzureichende Aufklärung über eine unzulängliche Bevorratung zu beanstanden (BGH, Urteile vom 10.02.2011 – I ZR 183/09, Irische Butter, juris Rn. 21 und vom 15.03.2012 – I ZR 128/10, Matratzen, juris Rn. 20). Die der Bestimmung der Nummer 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG zugrundeliegende Regelerwartung, dass eine einschränkungslos angebotene Ware in sämtlichen in die Werbung einbezogenen Filialen in ausreichender Menge erworben werden kann, kann nur dadurch ausgeräumt werden, dass sie durch einen aufklärenden Hinweis wirksam neutralisiert wird. Ein solch aufklärender Hinweis muss daher klar formuliert, leicht lesbar und gut erkennbar sein (BGH, Urteile vom 10.02.2011 – I ZR 183/09, Irische Butter, juris Rn. 26 und vom 17.09.2015 – I ZR 92/14, Smartphone-Werbung, juris Rn. 20).

(bb) Im vorliegenden Fall beanstandet der Kläger zwar, dass es nach der Art und Weise des erteilten Hinweises an einer hinreichenden Aufklärung über eine unzulängliche Bevorratung im Sinne von Nummer 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG fehle. Er legt aber entgegen der ihm obliegenden Darlegungs- und Beweislast (vgl. BGH, Urteil vom 15.03.2012 – I ZR 128/10, Matratzen, juris Rn. 20; Köhler in Köhler/Feddersen, UWG, 43. Aufl. 2025, Anh. § 3 Rn. 5.30) nicht substantiiert dar, dass die Beklagte hinsichtlich des beworbenen Produkts „Ömür Böreklik Weißkäse“ zum Zeitpunkt des Erscheinens des Werbeprospekts unter Berücksichtigung aller Umstände Gründe hatte anzunehmen, sie sei nicht in der Lage dieses oder ein gleichwertiges Produkt für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zu dem genannten Preis bereitzustellen oder bereitstellen zu lassen sei. Davon wäre unter Umständen auszugehen, wenn das beworbene Produkt bereits im Laufe des ersten Angebotstages nicht mehr erhältlich gewesen wäre, weil das einen Rückschluss auf eine unzulängliche Bevorratung im Sinne der Nummer 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG zuließe. Ein solches Indiz hat der Kläger jedoch nicht behauptet, sondern er hat lediglich die tatsächliche Erteilung des Hinweises zur Grundlage seiner hilfsweise aufgestellten Behauptung gemacht, eine eingeschränkte Verfügbarkeit habe vorgelegen. Das genügt im vorliegenden Fall für eine substantiierte Darlegung indes nicht.

Aus der tatsächlichen Erteilung des Hinweises lässt sich hier nicht schließen, dass die Beklagte überhaupt eine Prognoseentscheidung nach Nummer 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG getroffen hat und dabei zu dem Ergebnis gelangt ist, dass sie nicht in der Lage sei, das beworbene oder ein gleichwertiges Produkt für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zu dem genannten Preis bereitzustellen oder bereitstellen zu lassen. Wie vom Oberlandesgericht Nürnberg zu einem vergleichbaren Sachverhalt bereits entschieden worden ist, versteht der angesprochene Durchschnittsverbraucher den Hinweis „Dieser Artikel kann aufgrund begrenzter Vorratsmenge bereits im Laufe des ersten Angebotstages ausverkauft sein“ nicht dahingehend, dass der Unternehmer (hier: die Beklagte) hinsichtlich der so gekennzeichneten Produkte aufgrund seiner

Prognoseentscheidung von einer zu geringen, unangemessenen Bevorratung ausgehe und hierüber aufklären wolle, sondern als einen reinen Formalhinweis, der dem Zweck dient, den Unternehmer allgemein davor abzusichern, dass bestimmte Produkte trotz eigentlich angemessener Bevorratung aufgrund bestimmter besonderer Umstände nicht überall und nicht über den gesamten Zeitraum erhältlich sein können; auf die ausführliche Begründung, die der Senat teilt, wird Bezug genommen (OLG Nürnberg, Urteil vom 16.08.2022 – 3 U 29/22, juris Rn. 24 ff.). Weil ein solcher Formalhinweis schon nicht geeignet ist, hinreichend über eine unzulängliche Bevorratung aufzuklären (BGH, Urteil vom 17.09.2015 – I ZR 92/14, Smartphone-Werbung, juris Rn. 21; OLG Stuttgart, Urteil vom 13.03.2014 – 2 U 90/13, juris Rn. 65; OLG Nürnberg, Urteil vom 16.08.2022 – 3 U 29/22, juris Rn. 32), kann ihm auch kein Indiz dafür entnommen werden, dass die Beklagte eine unzulängliche Bevorratung vorgenommen hat.

(b) Auch auf § 8 Abs. 1 Satz 1, Satz 2, Abs. 3 Nr. 3, § 3 Abs. 1, § 5a Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG lässt sich ein Unterlassungsanspruch nicht stützen.

(aa) Nach § 5a Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, (Nr. 1) die der Verbraucher oder der sonstige Marktteilnehmer nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und (Nr. 2) deren Vorenthalten dazu geeignet ist, den Verbraucher oder den sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Als Vorenthalten gilt gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG auch die Bereitstellung wesentlicher Informationen in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise. Im vorliegenden Fall fehlt es schon an einer wesentlichen Information.

(bb) Eine Information ist im Grundsatz „wesentlich“, wenn ihre Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann und ihr für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers zudem ein erhebliches Gewicht zukommt (BGH, Beschluss vom 15.12.2016 – I ZR 241/15, Entertain, juris Rn. 17; BGH, Urteil vom 27.04.2017 – I ZR 55/16, Preissportal, juris Rn. 19 [Parallelveröffentlichung in BGHZ 215, 12]). Werden – wie im vorliegenden Fall durch eine Aufforderung zum Kauf (vgl. dazu BGH, Urteile vom 25.06.2020 – I ZR 96/19, LTE-Geschwindigkeit, juris Rn. 33 und vom 02.03.2017 – I ZR 41/16, Komplettküchen, juris Rn. 17) – Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, gilt gemäß § 5b Abs. 1 Nr. 1 UWG eine Information als wesentlich, wenn sie wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung betrifft. Für die Beurteilung der Frage, welches Merkmal in diesem Sinne als „wesentlich“ anzusehen ist, ergeben sich Hinweise aus dem Katalog des § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG, in dem beispielhaft wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung aufgezählt sind, über die der Unternehmer keine unwahren

oder sonst zur Täuschung geeigneten Angaben machen darf (BGH, Urteil vom 19.02.2014 – I ZR 17/13, Typenbezeichnung, juris Rn. 12; Köhler in Feddersen/Köhler, UWG, 43. Aufl. 2025, § 5a UWG Rn. 2.15). Von dem Katalog erfasst wird unter anderem auch die Verfügbarkeit einer Ware.

Danach stellte es hier bezogen auf das hier beworbene Produkt „Ömür Böreklik Weißkäse“ eine wesentliche Information dar, wenn dieses Produkt nur eingeschränkt verfügbar gewesen wäre. Ein Hinweis, der diese Information bereitstellte, müsste – um bei der konkreten Verletzungsform zu bleiben – im Prospekt so platziert sein, dass der Verbraucher eine informierte Entscheidung treffen könnte (BGH, Urteile vom 16.07.2009 – I ZR 50/07, Kamerakauf im Internet, juris Rn. 25 und vom 21.07.2016 – I ZR 26/15, LGA tested, juris Rn. 19). Darüber braucht der Senat im vorliegenden Fall jedoch nicht zu entscheiden, weil der Sternhinweis über keine tatsächlich eingeschränkte Verfügbarkeit informiert, es also an einer substantiierten Darlegung einer wesentlichen Information fehlt. Er ist – wie bereits ausgeführt wurde – von dem angesprochenen Durchschnittsverbraucher lediglich als formalhafte Absicherung der Beklagten auch in den Fällen zu verstehen, dass bestimmte Produkte trotz eigentlich angemessener Bevorratung aufgrund besonderer Umstände nicht überall und nicht über den gesamten Zeitraum erhältlich sein können.

2. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Grundlage in § 709 Satz 2 ZPO analog. Für eine mögliche Anwendung von § 708 Nr. 11 Var. 2 ZPO ist anerkannt, dass ein klageabweisendes Urteil in einer nicht vermögensrechtlichen Streitigkeit einem vermögensrechtlichen Urteil gleichsteht, weil es nur im Kostenpunkt vollstreckbar ist (vgl. statt aller Götz in MünchKomm/ZPO, 6. Aufl. 2020, § 708 Rn. 20 m.w.N.). Nicht anders verhält es sich für ein Berufungsurteil, welches – wie im Streitfall – das klageabweisende Urteil des Erstgerichts bestätigt und eine Vollstreckung von Kosten im Wert von mehr als 1.500,00 € ermöglicht. Dann genügt es für die zu bestimmende Sicherheit gemäß § 709 Satz 2 ZPO, wenn die Höhe der Sicherheitsleistung in einem bestimmten Verhältnis zur Höhe des insgesamt zu vollstreckenden Betrages angegeben wird (OVG Berlin-Brandenburg, Beschluss vom 09.05.2016 – OVG 11 N 11.16, Rn. 7; Kramer, Die Berufung in Zivilsachen, 9. Aufl. 2022, Rn. 641).

3. Ein Grund für die Zulassung der Revision (§ 543 Abs. 2 ZPO) besteht nicht.

4. Die Festsetzung des Streitwerts für das Berufungsverfahren beruht auf § 47 Abs. 1 Satz 1, § 51 Abs. 2 Satz 1 GKG. Der Kläger verfolgt in der Hauptsache seinen Klageantrag Ziffer I.2. weiter, der erforderlichenfalls in Kombination mit Klageantrag Ziffer I.1. („und/oder“) darauf gerichtet ist, der Beklagten eine bestimmte Werbung aus wettbewerbsrechtlichen Gründen zu untersagen. Mit der Klageerweiterung im Berufungsverfahren besteht insoweit wirtschaftliche Identität. Der Streitwert ist gemäß § 47 Abs. 1 Satz 1, § 51 Abs. 2 Satz 1 GKG nach der sich aus dem (Berufungs-)

Antrag des Klägers für ihn ergebenden Bedeutung des konkreten Falls nach Ermessen zu bestimmen; dabei kommt der Streitwertangabe eine indizielle Bedeutung zu (vgl. statt aller Elzer in Toussaint, Kostenrecht, 54. Aufl. 2024, § 51 GKG Rn. 44 und § 3 ZPO Rn. 15 m.w.N.), die hier für beide Klageanträge bei 44.000,00 € gelegen hat. Weil der Kläger, der in erster Instanz hinsichtlich des Klageantrags Ziffer I.1. obsiegt hat, mit seiner Berufung nur noch den Klageantrag Ziffer I.2. weiterverfolgt, erscheint es gerechtfertigt, den Streitwert für das Berufungsverfahren mit bis zu 22.000,00 € zu bemessen.

Der für die Streitwertfestsetzung geltende Grundsatz, dass im Rahmen des § 45 Abs. 1 Satz 2 GKG bei einem einheitlichen Unterlassungsantrag, dem mehrere Streitgegenstände in eventueler oder kumulativer Klagehäufung zugrunde liegen, keine formale Streitwertaddition zu erfolgen hat, sondern der Streitwert mit Blick auf die hilfsweise oder kumulativ geltend gemachten Ansprüche nur angemessen zu erhöhen ist, rechtfertigt keine andere Beurteilung. Ihm liegt der Gedanke zugrunde, dass angesichts des in diesen Fällen im Regelfall unveränderten Angriffsfaktors eine Vervielfachung des Streitwerts nicht gerechtfertigt erscheint wird (BGH, Urteil vom 28.04.2016 – I ZR 254/14 – Kinderstube, juris Rn. 73; BGH, Beschluss vom 20.09.2018 – I ZR 122/17, juris Rn. 13). Im vorliegenden Fall wird aber kein einheitlicher Klageantrag auf mehrere Klagegründe gestützt, sondern es werden – unbeschadet der Verknüpfung mit „und/oder“ – verschiedene Klageanträge mit jeweils unterschiedlichen Klagegründen unterlegt. Dies spricht dafür, dem Klageantrag Ziffer I.2. auch einen eigenen Angriffsfaktor beizumessen.


Vorsitzender Richter
am Oberlandesgericht


Richter
am Oberlandesgericht


Richter
am Oberlandesgericht