



Landgericht Oldenburg

Im Namen des Volkes

Urteil

12 O 112/22

Verkündet am 13.09.2022

Justizangestellte

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V. vertr. d. d. Vorstand Cornelia
Tausch, Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart

- Klägerin -

Prozessbevollmächtigte:
Rechtsanwälte und Rechtsanwältinnen _____

Geschäftszeichen: _____

gegen

Wiesenhof Geflügel-Kontor GmbH vertr. d. d. GF _____, Paul-Wesjohann-Str. 45,
49429 Visbek

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte _____

Geschäftszeichen: _____

hat das Landgericht Oldenburg durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht Dr. von _____ auf die mündliche Verhandlung vom 16.08.2022 für Recht erkannt:

1. Der Beklagten wird untersagt, für ein Fleischprodukt damit zu werben, dieses Produkt stamme

„von regionalen Höfen“,

wenn der Verkaufsort für dieses Produkt (Stuttgart) nicht mit der Region übereinstimmt, in der sich der Erzeugerhof befindet (Sachsen-Anhalt), wie ersichtlich aus den Screenshots nach Anlage K3.

2. Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen das in Ziffer 1. Genannte Verbot ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten, angedroht.
3. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 243,51 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit 08.02.2022 zu bezahlen.
4. Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.
5. Das Urteil ist für die Klägerin bezüglich 1. und 2. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von € 100.000,00 und bezüglich 3. und 4. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des beizutreibenden Betrages vorläufig vollstreckbar.
6. Der Streitwert wird auf 30.000 € festgesetzt.

Tatbestand:

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, der als qualifizierte Einrichtung i. S. v. § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG Verbraucherinteressen wahrnimmt.

Die Beklagte vertreibt unter der Marke "Wiesenhof" unter anderem Geflügelfleisch, welches mit einer Plastikverpackung versehen ist. Auf der Folie ist unter der Bezeichnung "Deutsches Geflügel" in ähnlich großformatiger Schriftform der Hinweis angebracht:

"VON REGIONALEN HÖFEN".

Im Dezember 2021 bot die Beklagte u.a. über eine Stuttgarter Edeka-Filiale Geflügelfleisch an, welches in der beschriebenen Weise beschriftet war. Der ebenfalls, allerdings nicht in ähnlicher Weise hervorgehoben, auf der Verpackung befindlichen Betriebsnummer „DE-ST0057EG“ war jedoch zu entnehmen, dass es sich bei dem Hersteller um die Firma Wiesenhof-Geflügel Möckern GmbH aus Sachsen-Anhalt handelte.

Der Kläger nahm diesen Vorgang zum Anlass, die Beklagte abzumahnern und sie mit Schreiben vom 16.12.2021 zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung aufzufordern.

Der Kläger hält die Verwendung des Slogans "Von Regionalen Höfen" für irreführend. Es werde mit einer Herkunftsbezeichnung geworben, die nicht zutreffe. Fleisch, das von Aufzuchtbetrieben aus Sachsen-Anhalt stamme, dürfe in Stuttgart nicht mit der Aussage in den Verkehr gebracht werden, er stamme aus der jeweiligen Region, nämlich aus der Region um Stuttgart. Der Hinweis auf die Herkunft werde als ökologisches Plus verstanden, weil der Verbraucher damit Vorstellungen über die Transportwege und über sonstige Eigenschaften (Frische, ökologische Verträglichkeit, Unterstützung der heimischen Landwirtschaft) verbinde.

Der Kläger beantragt,

1. der Beklagten wird untersagt, für ein Fleischprodukt damit zu werben, dieses Produkt stamme

„von regionalen Höfen“,

wenn der Verkaufsort für dieses Produkt (Stuttgart) nicht mit der Region übereinstimmt, in der sich der Erzeugerhof befindet(Sachsen-Anhalt), wie ersichtlich aus den Screenshots nach Anlage K3.
2. der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen das in Ziffer 1. Genannte Verbot ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten,angedroht.
3. die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 243,51 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit 08.02.2022 zu bezahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie bestreitet, dass die Werbung irreführend sei. Die deutschlandweit aufgestellte Wiesenhof-Gruppe mit rund 1.000 Vertragslandwirten in ganz Deutschland, eine derartige Regionalität, wie der Kläger sie sich vorstelle, sei bei dieser Struktur gar nicht denkbar. Dies sei allerdings auch nicht erforderlich, der informierte Durchschnittsverbraucher könne mittels des Verschlussbandes der Verpackung feststellen, dass das Tier von der Erzeugergemeinschaft Sachsen-Anhalt stamme. „Von Regionalen Höfen“ meine auch nicht die Region des kaufenden Verbrauchers, sondern bezogen auf „Deutsches Geflügel“ lediglich, eine Verstärkung dieser Aussage. Zudem käme es für die Frage der Regionalität bezogen auf die Transportwege eher auf den Transportweg des lebenden Tiers zum Schlachthof an, diese für den Verbraucher wichtigen Transportwege halte die Beklagte aber so kurz wie möglich. Der Kunde erhalte, was er nach der angegriffenen Werbeaussage erwarten dürfe.

Wegen der weiteren Einzelheiten des beiderseitigen Parteivorbringens wird auf den vorgetragenen Inhalt der gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

Die Klage hat Erfolg.

1. Der Kläger ist als qualifizierte Einrichtung i. S. v. § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG prozessführungsbefugt.

2. Es bestehen keine Bedenken hinsichtlich der Verwendung des Wortes Fleischprodukt im Unterlassungsantrag, für die Beklagte als Adressatin ist erkennbar, dass ihr untersagt werden soll, die monierte Kennzeichnung für Produkte welche Fleisch enthalten zu verwenden, dies genügt den Bestimmtheitserfordernissen des § 253 ZPO.

3. Die Werbung der Beklagten ist irreführend (§ 5 UWG). Die Beklagte ist deshalb zur Unterlassung des angegriffenen Wettbewerbsverhaltens verpflichtet (§§ 8 Abs. 1 Satz 1, 5, 3 UWG).

a) Bei der Beurteilung der Frage, ob eine Werbung irreführend ist, sind alle ihre Bestandteile zu berücksichtigen, insbesondere auch Angaben über die geografische Herkunft des Produkts (§ 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG).

b) Hier wird mit einer geografischen Herkunftsangabe geworben. Wer in Stuttgart Fleischprodukte mit dem Slogan "Von Regionalen Höfen" anbietet, bringt damit zum Ausdruck, dass es sich um Ware aus der Region um Stuttgart handle – dies gilt auch bei der Verbindung mit den davorstehenden Worten „Deutsches Geflügel“. Regionale Herkunft ist ein dem Verbraucher bekanntes und für ihn vorbelegtes Werbekriterium. Der Durchschnittsverbraucher hat dabei nicht die Erwartung ganz Deutschland sei eine Region, oder die Regionalität beziehe sich nur auf kurze Wege zwischen Aufzuchthof und Schlachthof. Vielmehr bezieht der informierte Durchschnittsverbraucher den Hinweis auf die Regionalität auf sich und seinen Standort. So ist der Hinweis auf eine regionale Herkunft bei allen anderen derart beworbenen Produkten im Supermarkt, gleich ob Obst und Gemüse oder Molkereiprodukte zu verstehen. Fraglich ist allein, was unter dem Begriff der Region zu verstehen ist. Dabei ist auf den durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher abzustellen, der der Werbung die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt (Köhler/Bornkamm/Feddersen,

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 36. Aufl., § 5 Rdnr. 1.78 mit zahlreichen Nachweisen). Ausreichend ist freilich nicht, dass nur ein verhältnismäßig kleiner Teil der angesprochenen Verkehrskreise zu einem unrichtigen Verständnis kommt, erforderlich ist vielmehr eine Irreführungsquote in der Größenordnung von etwa einem Viertel (Köhler/Bornkamm/Feddersen, a. a. O., § 5 Rdnr. 1.99).

c) Nach diesem Maßstab liegt hier eine Irreführung des Verbrauchers vor. Unter Region versteht man nach allgemeinem Sprachgebrauch ein räumlich zusammenhängendes Gebiet, eine Gegend in geografischen Sinne. Region bezeichnet in der Geographie und der Raumordnung ein anhand bestimmter Merkmale abgegrenztes Teilgebiet der Erdoberfläche. Eine Abgrenzung erfolgt üblicherweise nach Kriterien regionsinterner (z. B. landschaftlicher oder kultureller) Homogenität oder funktionaler Zusammengehörigkeit (bspw. der Einpendlerbereich einer Stadt), welche jedoch nicht immer räumlich präzise vorgenommen werden kann. Es handelt sich um einen unspezifischen Begriff, der seine konkrete Bedeutung erst aus dem Kontext, in dem er verwendet wird, erhält. Er kann in Abhängigkeit von seiner Bezugsgröße einen größeren oder kleineren Bereich meinen.

Hier steht der Begriff im Zusammenhang mit der Beschreibung eines landwirtschaftlichen Produkts, damit scheidet die Verwendung des Begriffs „regional“ für ganz Deutschland, wie es die Beklagte meint aus, dies entspricht nicht mehr dem Verbraucherverständnis. Der Begriff beschreibt auf örtlicher Ebene die Herkunft eines Lebensmittels und nimmt damit - absichtsvoll - Bezug auf Vorstellungen und Erwartungen des Verbrauchers, die in den vergangenen Jahren für die Kaufentscheidung zunehmend an Bedeutung gewonnen haben. "VON REGIONALEN HÖFEN" legt die Assoziation nahe, dass es sich um die Region handelt, in der der Käufer wohnt. Damit verbunden ist die Erwartung, es handele sich um ein Produkt der heimischen Landwirtschaft, das nur über kurze Wege transportiert werden musste. Letztlich zwingt der vorliegende Fall nicht zu einer näheren Bestimmung des Begriffs der Region, weil nach Auffassung der Kammer jedenfalls ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucher Stuttgart nicht mehr zu der Region Sachsen-Anhalt zählt. Das reicht aus, um die angegriffene Werbung der Beklagten als wettbewerbswidrig zu qualifizieren. Die Kammer sieht sich zu dieser Einschätzung selbst in der Lage, weil ihre Mitglieder zu den angesprochenen Verkehrskreisen gehören.

4. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Grundlage in § 709 ZPO.


Vorsitzende Richterin am Landgericht

Beglaubigt
Oldenburg, 13.09.2022

 Justizangestellte
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle