



REPUBLIK ÖSTERREICH  
Oberlandesgericht Wien

1 R 23/17k

### IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Oberlandesgericht Wien hat als Berufungsgericht durch die Senatspräsidentin des Oberlandesgerichts Dr. Jesionek als Vorsitzende sowie den Richter des Oberlandesgerichts Mag. Guggenbichler und den KR Becker in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, Linke Wienzeile 18, 1060 Wien, vertreten durch die Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte KG in Wien, gegen die beklagte Partei **Jacobs Douwe Egberts DE GmbH**, Lange Marckstraße 4-20, D-28199 Bremen, vertreten durch die Schönherr Rechtsanwälte GmbH in Wien, wegen Unterlassung (Streitwert EUR 30.500,--) und Urteilsveröffentlichung (Streitwert EUR 5.500,--, Gesamtstreitwert EUR 36.000,--) über die Berufung der beklagten Partei gegen das Urteil des Handelsgerichts Wien vom 9.12.2016, 19 Cg 84/15x-18, in nichtöffentlicher Sitzung zu Recht erkannt:

Der Berufung wird **nicht Folge** gegeben.

Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei binnen 14 Tagen die mit EUR 3.051,12 bestimmten Kosten des Berufungsverfahrens (darin EUR 508,52 USt) zu ersetzen.

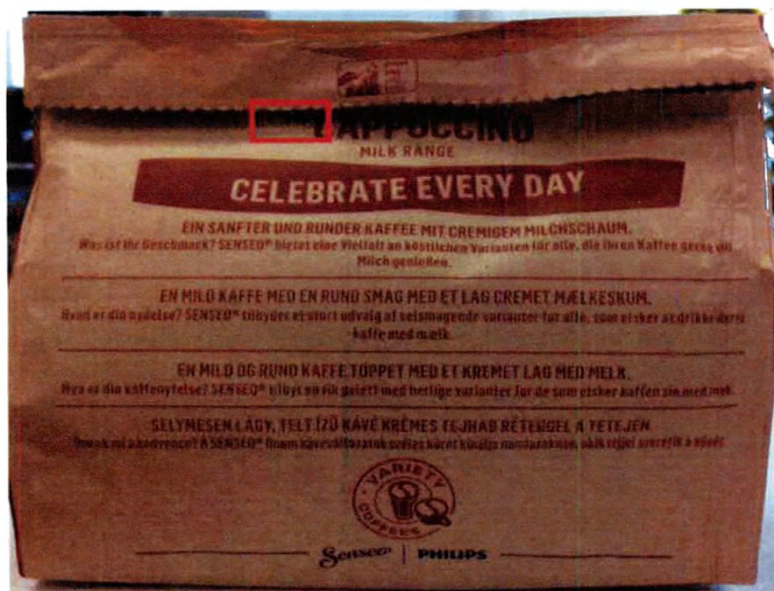
Der Wert des Entscheidungsgegenstandes übersteigt EUR 30.000,--.

Die ordentliche Revision ist **nicht** zulässig.

## E n t s c h e i d u n g s g r ü n d e

Der **Kläger** ist ein gemäß § 14 Abs 1 UWG klageberechtigter Verein.

Die **Beklagte** vertrieb im Zeitpunkt der Klagseinbringung in Österreich Kaffeepads unter der Marke „Senseo“, nämlich „Senseo Cappuccino“ und „Café Latte“ in Packungen mit folgendem Erscheinungsbild:



Die „Pads“ enthalten aromatisiertes, gesüßtes Getränkpulver mit löslichem Bohnenkaffee und Kaffeeweißer (mit Magermilchpulver).

Cappuccino besteht aus Kokosfett ganz gehärtet, Glukosesirup, Zucker, Magermilchpulver, löslichem Kaffee 9,8%, Stabilisator E 340 und E 452, Aroma, Milchprotein, Salz, Trennmittel E 551, E 341, Aroma und Emulgator E 481.

Café Latte besteht aus Magermilchpulver, Zucker, Kokosfett ganz gehärtet, löslichem Kaffee (7%), Stabilisator (E 340, E 452), Aroma, Milchprotein, Salz, Trennmittel (E 551, E 341), Aroma, Emulgator (E 481).

Die Zutatenverzeichnisse waren jeweils seitlich auf der Packung in vier Sprachen aufgedruckt, wobei der zuoberst erscheinende deutsche Text, solange die Packung ungeöffnet war, nur mit Auseinanderziehen der Vorder- und Rückseite und auch dann nur mit besonderer Mühe leserlich war.

Der **Kläger** beehrte mit seiner am 5.11.2015 eingebrachten Klage, die Beklagte schuldig zu erkennen, es im geschäftlichen Verkehr in Österreich zu unterlassen, Kaffeepads, etwa in der Geschmacksrichtung „Cappuccino“ oder „Café Latte“, in den Verkehr zu bringen, wenn auf deren Packung nicht ausreichend deutlich darauf hingewiesen wird, dass diese nur einen sehr geringen Anteil an Kaffee, etwa 9,8% bzw 7%, beinhalten und/oder der darin enthaltene Kaffee kein Röstkaffee, sondern löslicher Kaffee ist und/oder die Kaffeepads diverse Zusatzstoffe, wie etwa Stabilisatoren, Trennmittel, Emulgatoren und Aroma, enthalten.

Der Kläger beehrte weiters die Ermächtigung zur Veröffentlichung des Urteils im redaktionellen Teil einer bundesweit erscheinenden Samstagausgabe der „Kronen Zeitung“.

Die Aufmachung der von der Beklagten vertriebenen Verpackungen sei irreführend. Die anderen Sorten der Marke Senseo, die in vergleichbarer Weise präsentiert wür-

den, beständen aus Röstkaffee, was der Kunde auch bei den gegenständlichen Produkten erwarte. Der Kaffeeanteil sei minimal. Die tatsächliche Zusammensetzung sei nur dem in der seitlichen Faltung angebrachten und kaum leserlichen Zutatenverzeichnis zu entnehmen. Der Hinweis „Typ“ erscheine ganz unauffällig, treffe keine Aussage über die konkrete Zusammensetzung des Produkts und werde von den angesprochenen Verkehrskreisen vielmehr als Synonym für den Begriff „Geschmack“ oder „Geschmacksrichtung“ aufgefasst. Andere Unternehmen böten auch Cappuccino und Latte Macchiato aus Röstkaffee an.

Der Verbraucher rechne nicht damit, dass die Kaffeezubereitungen der Beklagten "Senseo Cappuccino" und "Senseo Café Latte" nicht aus gemahlenem Röstkaffee, sondern hauptsächlich aus Kokosfett und Zucker und nur zu einem geringen Anteil von 9,8% bzw. 7% aus löslichem Kaffee beständen. Hinzu komme, dass die Pads "Senseo Cappuccino" eine Reihe von Zusatzstoffen enthielten, mit denen der Verkehr ebenfalls nicht rechne und die sich weder in den anderen "Senseo"-Produkten der Beklagten noch in vergleichbaren Produkten anderer Hersteller fänden. Die Beklagte weise auf diese Umstände auf den Verpackungen nicht ausreichend deutlich in. Der klein gehaltene Hinweis „Typ“ sei nicht dazu geeignet, klarzustellen, dass es sich nicht um Röstkaffee mit Milchpulver, sondern um eine gänzlich andere Zubereitung handle. Der Verbraucher gehe davon aus, dass die gegenständlichen Produkte aus Röstkaffee beständen. Dieser Umstand sei für die Kaufentscheidung wesentlich. Das Zutatenverzeichnis und die Sachbezeichnung seien aufgrund der Gestaltung der Verpackung nicht lesbar.

Im Hinblick auf den Umfang des Vertriebs sei die Veröffentlichung in der Kronenzeitung angemessen.

Die **Beklagte** wendete ein, die Kundenerwartung werde durch die Gesamtaufmachung, insbesondere den Hinweis „Typ“ nicht getäuscht. Ein durchschnittlicher, normal informierter, angemessen aufmerksamer und verständiger Verbraucher habe aufgrund der Aufmachung und der Gestaltung der Hauptschauseite des Produkts und der Bezeichnung "Typ Cappuccino" keine konkrete Vorstellung über die Zusammensetzung des Produkts und müsse bei einem erkennbaren Mischprodukt das Zutatenverzeichnis zu Rate ziehen. Dort werde er sachgerecht aufgeklärt, was vollkommen ausreiche, um die Irreführungseignung zu beseitigen. An keiner Stelle des Etiketts werde das Wort „Röstkaffee“ verwendet oder sonst suggeriert, dass frisch gemahlener Röstkaffee enthalten sein könnte. Der bloße Verweis, dass es sich um Cappuccino oder sanften und milden Kaffee handle, reiche dafür nicht aus, zumal auch Löscaffee Kaffee sei. Die Gesamtmenge an Kaffee entspreche derjenigen bei Vergleichsprodukten und ergebe sich aus der Natur eines Mischgetränks mit Milch. Das Wort "Typ" weise im Geschäftsverkehr darauf hin, dass es sich um eine Art Cappuccino handle, der löslichen Kaffee und weitere Zutaten enthalte. Solche Aufmachungen seien üblich.

Da der Kunde aufgrund der Aufmachung des Produkts nicht mit Röstkaffee rechnen könne, sei es offensichtlich, dass dieses weitere Zutaten enthalten müsse, die dem Zutatenverzeichnis zu entnehmen seien. Auch das Verhältnis des enthaltenen Kaffees zur Gesamtmenge sei nicht unüblich. Beide Getränke bestünden schon prinzipiell überwiegend aus Milch und nur einem geringen Kaffeeanteil. Der normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher erwarte vom gegenständlichen Produkt unter Beachtung sämtlicher Kennzeichnungselemente daher ein Getränkepulver mit Milchpulver, anderen Zutaten und

löslichem Bohnenkaffee in Form von Pads.

Die begehrte Veröffentlichung stehe in keiner Relation zur Verbreitung des gegenständlichen Produkts, wäre angesichts des fortlaufenden, nicht als wettbewerbswidrig beanstandeten Verkaufs anderer Produkte diskriminierend, diene nicht der Information der Verbraucher, ihre Kosten stünde in keinem angemessenen Verhältnis zum angeblichen Wettbewerbsverstoß.

Die Parteien schlossen in der Tagsatzung zur mündlichen Streitverhandlung vom 9.3.2016 einen bedingten Vergleich, in dem sich die Beklagte zur Unterlassung im begehrten Umfang verpflichtete, sofern auf der Packung nicht ausreichend deutlich auf den verhältnismässig geringen Anteil an Kaffee hingewiesen werde und das Zutatenverzeichnis nicht an gut sichtbarer Stelle und deutlich lesbar angebracht sei. Hinsichtlich der Veröffentlichung war eine Abfindungszahlung in Aussicht genommen.

Der **Kläger** widerrief den Vergleich, weil er die Unterlassungsverpflichtung nicht für ausreichend hielt. Der Verbraucher erwarte den aromatischeren Bestandteil Röstkaffee und nicht die Beifügung von Aromen und Zusatzstoffen. Darüber sei ausdrücklich, in unmittelbarer Nähe zum Produktnamen und in ausreichender Schriftgröße, aufzuklären. Auch die neu gestaltete Packung bleibe irreführend.

Die **Beklagte** brachte daraufhin vor, dass sie zum Vergleich stehe und die Packungen anpasse wie dem Vergleichsvorschlag zugrundeliegend, wobei das Produkt die nächsten fünf Jahre durch die Fa. Lavazza in Lizenz vertrieben werde. Das deutliche und vergrößerte Beiwort „Typ“ schließe im Zusammenhang mit den auf der Rückseite angeführten Informationen der Verbraucher über die Beschaffenheit und die Zusammensetzung die Irreführung aus. Damit sei die Wiederholungsgefahr nicht mehr gegeben. Ein weitergehender Unterlassungsanspruch sei nicht gerecht-

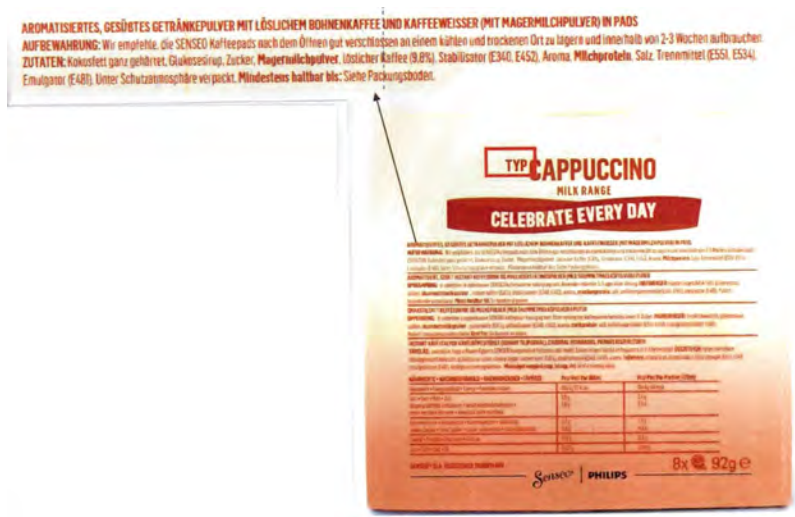
fertigt, insbesondere kein Hinweis auf „Löskaffee“ erforderlich. Derartiges komme auch bei Vergleichsprodukten zur Anwendung. Zusatzstoffe und Aromen seien nichts Ungewöhnliches. Personen die sich dafür interessierten, entnehmen dies dem Zutatenverzeichnis. Die Ablöse des Begehrens auf Urteilsveröffentlichung werde vom Kläger regelmäßig akzeptiert.

Der **Kläger** entgegnete, die Wiederholungsgefahr sei nach wie vor gegeben und durch die Lizenzierung der Marke nicht weggefallen. Die Beklagte produziere das Produkt nach wie vor und behaupte nicht einmal, auf die Produktgestaltung keinen Einfluss zu haben. Auch die neu gestaltete Packung sei irreführend und kennzeichne den Inhalt nicht ausreichend.

Mit dem angefochtenen **Urteil** gab das **Erstgericht** dem Unterlassungsbegehren mit der Modifizierung „ohne dass dies in einem an gut sichtbarer Stelle angebrachten und deutlich lesbarem Zutatenverzeichnis enthalten wäre“ (im Hinblick auf die Zusatzstoffe) und dem Veröffentlichungsbegehren in unveränderter Form statt. Zusätzlich zum eingangs wiedergegebenen Sachverhalt traf es die auf den Seiten 5 bis 7 der angefochtenen Entscheidung ersichtlichen Feststellungen, aus denen hervorzuheben ist:

„Die Beklagte war aufgrund einer Entscheidung der EU-Kommission verpflichtet, die Marke „Senseo“ für Österreich an die Fa. Lavazza zu übertragen. Sie schloss Ende 2015 mit Lavazza einen Lizenzvertrag ab, das Closing fand im April 2016 statt. Mit diesem Vertrag übernimmt Lavazza den ausschliesslichen Vertrieb in Österreich wie auch die Gestaltung der Packung auf eigene Verantwortung. Die Beklagte hat darauf keinen Einfluss und machte auch keine verbindlichen Vorgaben. Bis Ende 2016 besteht ein Service-Agreement, nach dem die Beklagte die Packung über Anweisung von Lavazza neu gestaltete, und zwar so, wie

sie dem bedingten Vergleich zugrundelag, nämlich wie folgt:



Seit Ende Oktober 2016 wird nur mehr diese Packung ausgeliefert.“

Das Erstgericht folgerte **rechtlich**, gemäß Artikel 2 Abs 1 a) i) der Richtlinie vom 20.3.2000, 2000/13 EG dürfe die Art und Weise der Etikettierung eines Lebensmittels nicht geeignet sein, den Käufer über die Eigenschaften des Lebensmittels, namentlich die Art, Identität, Beschaffenheit, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprung oder Herkunft und Herstellungs- oder Gewinnungsart irrezuführen. Art 3 Abs 1 Nr 2 der Richtlinie schreibe



die Angabe eines Zutatenverzeichnisses vor. Weiters sei die Bezeichnung des Lebensmittels gemäss Art 5 der Richtlinie anzugeben.

Das Klagebegehren sei bei Klagseinbringung schon deswegen begründet gewesen, weil die nach seiner Zusammensetzung vorgegebene Bezeichnung des Lebensmittels und das Zutatenverzeichnis in der gegebenen Form nicht an gut sichtbarer Stelle und deutlich leserlich (Art 13 Abs 2 der Richtlinie 2000/13/EG) angebracht und damit nicht geeignet gewesen seien, die Käufer über Art und Zusammensetzung der Produkte, die sich aus der Packungsaufmachung sonst nicht ergeben hätten, insbesondere den Kaffeegehalt, die Art des verwendeten Kaffees und die Zusatzstoffe, ausreichend aufzuklären. Darüber hinaus habe die Produktbezeichnung „Cappuccino“ bzw „Café Latte“ im Zusammenhang mit dem leicht übersehbaren Hinweis „Typ“ die Verbrauchererwartung in die Irre geführt.

Die Lizenzierung des Produkts „Senseo“ schliesse selbst unter Berücksichtigung des Umstands, dass die Beklagte auf die Aufmachung des Produkts keinen Einfluss mehr habe, die Wiederholungsgefahr nicht aus, vertreibe sie doch unter anderen Marken nach wie vor vergleichbare Produkte, bei denen künftige Verstöße denkbar seien.

Da es nicht unüblich sei, dass der Kläger sich mit einer Abgeltung des Veröffentlichungsanspruchs einverstanden erkläre und das Vergleichsanbot auch nicht deshalb abgelehnt habe, sei für die Beurteilung der Wiederholungsgefahr nur auf das Unterlassungsanbot abzustellen, wobei die Verpackung, wie sie die Beklagte nach Widerruf des Vergleichs vorgeschlagen und auch - ihm Rahmen der ihr verbliebenen Möglichkeiten - umgesetzt habe, ergänzend heranzuziehen sei. Der Kläger meine, die Bezeichnung als „Cappuccino“ und „Café Latte“ im Zusammenhang mit der Produktaufmachung und sonstigen Produktlinie sei auch mit

dem Zusatz „TYP“ sowie der im Zutatenverzeichnis erscheinenden Anführung von „Löskaffee“ und dem Vorhandensein bestimmter Zusatzstoffe nicht ausreichend, um eine Irreführung auszuschliessen und verlange einen ausdrücklichen Hinweis auf die Verwendung von Lös- statt Röstkaffee sowie der Zusatzstoffe.

„Cappuccino“ und „Café Latte“ seien Produktbezeichnungen, mit denen der Verbraucher bestimmte Vorstellungen verbinde. Allerdings sei klar, dass bei Pads eine andere Darreichungsform als bei frisch zubereitetem Kaffee vorliege und etwa Milch nicht in flüssiger und aufgeschäumter Form enthalten sein könne. Darüber hinaus weise der zuletzt deutliche Zusatz „Typ“ darauf hin, dass es sich um eine Produkt handle, das ein ähnliches Geschmackserlebnis wie das Original bieten solle, aber nicht in mit diesem identer Zusammensetzung vorliege.

Bei einer solchen Darbietung werde der Verbraucher nicht davon ausgehen, dass dieses Produkt keine Zusatzstoffe und Aromen enthalte. Wer ein solches Produkt kaufe und sich dafür interessiere, welche zu seiner Herstellung erforderlichen Zusätze er zu sich nehme, werde das Zusatzverzeichnis konsultieren.

Das Vergleichsanbot sei daher in Bezug auf Zusatzstoffe ausreichend. Hinsichtlich der Art des verwendeten Kaffees sei dies allerdings zweifelhaft. Aus Sicht des Verbrauchers bestehe zwischen Röst- und Löskaffee ein Qualitätsunterschied, was auch durch die Veränderungen, denen das Naturprodukt bei der Erzeugung von Löskaffee unterworfen werde, gerechtfertigt sei. Dass am Markt für Produkte wie Kapseln oder Pads, die in Geräten - mit Erhitzung - zubereitet würden, die Verwendung von Löskaffee gängig sei oder auch nur vorkomme, habe das Verfahren nicht ergeben. Löskaffee werde sonst nur bei Produkten eingesetzt, die durch Beigabe von heißem Wasser zuberei-

tet werden. In Bezug auf die Art des in den Pads enthaltenen Kaffees seien daher die rückseitige Produktbezeichnung und die Anführung im Zutatenverzeichnis nicht ausreichend, da der Verbraucher bei Kapseln oder Pads namens „Cappuccino“ und „Café Latte“, die in der Maschine zubereitet werden, keinen Löscaffee erwarte.

Die Wiederholungsgefahr sei daher weiter gegeben. Hinsichtlich der Zusatzstoffe sei der Spruch dahin zu modifizieren, dass die Anführung in einem EU-konformen Zutatenverzeichnis ausreiche. Im Hinblick auf den österreichweiten Vertrieb sei das Veröffentlichungsbegehren angemessen.

Dagegen richtet sich die **Berufung** der Beklagten wegen unrichtiger Tatsachenfeststellung infolge unrichtiger Beweiswürdigung und wegen unrichtiger rechtlicher Beurteilung mit dem Antrag, das angefochtene Urteil in klagsabweisendem Sinn abzuändern. Hilfsweise wird ein Aufhebungsantrag gestellt.

Der **Kläger** beantragt, der Berufung nicht Folge zu geben.

Die Berufung ist nicht berechtigt.

**1.** In ihrer **Tatsachen-** und **Beweisrüge** bekämpft die Beklagte die Feststellung zum Erscheinungsbild der gegenständlichen Kaffeepads im Zeitpunkt der Klagseinbringung auf Seite 2 der angefochtenen Entscheidung. Sie will stattdessen (richtig: zusätzlich) festgestellt haben, dass die Produkte mit dem Zusatz „Typ“ gekennzeichnet gewesen seien.

Das Erstgericht hat das Erscheinungsbild der von der Beklagten im Zeitpunkt der Klagseinbringung vertriebenen Produkte auf den Seiten 2 und 3 der angefochtenen Entscheidung ohnedies bildlich wiedergegeben und ist auch in seiner rechtlichen Beurteilung (Seite 8) zweifellos davon ausgegangen, dass die Produktverpackungen schon zur Zeit

der Klagseinbringung den - wenn auch leicht übersehbaren - Hinweis „Typ“ enthielten.

Der Tatsachenrüge kommt daher keine Berechtigung zu.

**2.** In ihrer **Rechtsrüge** vertritt die Beklagte zusammengefasst die Rechtsansicht, das Klagebegehren wäre aufgrund des Wegfalls der Wiederholungsgefahr im Zeitpunkt des Schlusses der mündlichen Verhandlung abzuweisen. Die Beklagte begründet dies einerseits mit dem von ihr abgegebenen und nicht widerrufenen Vergleichsangebot, andererseits mit dem 2015 mit Lavazza abgeschlossenen Lizenzvertrag über die Marke „Senseo“.

**2.1.** Ob Wiederholungsgefahr besteht, ist nach der Sach- und Rechtslage bei Schluss der Verhandlung erster Instanz zu beurteilen (RIS-Justiz RS0037456; RS0012087; 4 Ob 164/10m). Dabei ist stets maßgebend, ob dem Verhalten des Beklagten in seiner Gesamtheit gewichtige Anhaltspunkte dafür entnommen werden können, dass er ernstlich gewillt ist, von künftigen Störungen Abstand zu nehmen (RIS-Justiz RS0012087). Für die Willensrichtung des Beklagten kann insbesondere sein Verhalten während des Rechtsstreits Anhaltspunkte bieten (RIS-Justiz RS0079692).

**2.2.** Nach ständiger Rechtsprechung beseitigt das - wenngleich vom Kläger abgelehnte - Anbot eines vollstreckbaren Unterlassungsvergleichs zumindest in der Regel die Wiederholungsgefahr (RIS-Justiz RS0079692) bzw. indiziert es deren Wegfall (4 Ob 374/81; 5 Ob 65/08g). Ob der Beklagte den Rechtsstandpunkt des Klägers als richtig bezeichnet oder weiter daran festhält, keinen Gesetzesverstoß begangen zu haben, macht in der Regel keinen Unterschied. Es kommt vielmehr nur darauf an, ob der angebotene Vergleich bedingungslos dem gesamten Unterlassungsanspruch umfassend Rechnung trägt (4 Ob 159/03s) und dem Kläger all das bringt, was er mit einer Klage errei-

chen kann (4 Ob 160/93s; RIS-Justiz RS0079899). Ebenso irrelevant ist das Motiv für das Angebot eines Unterlassungsvergleichs (etwa, ob dieses unter dem Druck des Prozesses und nicht aufgrund besserer Einsicht abgegeben wird - 4 Ob 311/78). Ein nicht gerechtfertigtes Begehren muss der Beklagte im Rahmen des Vergleichsangebots hingegen nicht berücksichtigen (RIS-Justiz RS0079899).

**2.3.** In Anwendung dieser Grundsätze auf den vorliegenden Fall ist für die Frage des Wegfalls der Wiederholungsfahr daher zu prüfen, ob das von der Beklagten abgegebene, vom Kläger zunächst bedingt angenommene Vergleichsangebot dem gesamten Unterlassungsanspruch umfassend Rechnung trug und dem Kläger all das gebracht hätte, was er mit der Klage erreichen konnte. Das Veröffentlichungsbegehren hat dabei außer Betracht zu bleiben, weil der Kläger sich mit dessen Ablöse in Geld einverstanden erklärt hätte.

**2.4.** Das Vergleichsangebot der Beklagten lautete in seinem ersten Teil, es im geschäftlichen Verkehr in Österreich zu unterlassen, Kaffee-Pads, etwa in der Geschmacksrichtung „Cappuccino“ oder „Café Latte“ in den Verkehr zu bringen, wenn auf deren Verpackungen nicht ausreichend deutlich darauf hingewiesen wird, dass diese nur einen verhältnismäßig geringen Anteil an Kaffee, etwa 9,8% bzw. 7% beinhalten.

Insoweit deckte sich das Vergleichsangebot mit dem Unterlassungsbegehren.

Zusätzlich bot die Beklagte die Unterlassung des Inverkehrbringens an, wenn auf der Verpackung die tatsächliche Bezeichnung des Lebensmittels und das Verzeichnis der Zutaten gemäß der einschlägigen EU-Richtlinie nicht an gut sichtbarer Stelle und deutlich lesbar angebracht seien.

**2.5.** Im Hinblick auf die in den Produkten enthaltenen Zusatzstoffe hat bereits das Erstgericht das Vergleichsangebot zutreffend für ausreichend erachtet. Im Hinblick auf die Art des verwendeten Kaffees erachtete das Erstgericht das Vergleichsangebot durch die Angaben auf der Rückseite und im Zutatenverzeichnis jedoch als nicht ausreichend und verneinte deshalb den Wegfall der Wiederholungsgefahr. Der Verbraucher erwarte sich bei Kaffee-Kapseln mit der Bezeichnung „Cappuccino“ oder „Café Latte“ keinen Löskaffee, sondern gerösteten Kaffee; das Berufungsgericht teilt diese Rechtsansicht (§ 500a ZPO).

**2.6.** In der Frage des Verständnisses der angesprochenen Verkehrskreise von Produkt- oder Verpackungsaufschriften, die einen Irrtum über die Herkunft (hier: die Zusammensetzung) ausschließen sollen, ist auf den Grad der Aufmerksamkeit des durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers abzustellen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Aufmerksamkeitsgrad von der jeweiligen Situation, insbesondere von der Bedeutung der beworbenen Waren oder Dienstleistungen für den angesprochenen Verbraucher, abhängt und beispielsweise dort eher gering, also flüchtig sein wird, wo es um den Erwerb geringwertiger Gegenstände des täglichen Bedarfs geht. Handelt es sich hingegen bei den angebotenen Waren um solche von nicht unerheblichem Preis und einer nicht nur kurzen Lebensdauer, wird der an einem Erwerb interessierte, durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher eine entsprechende Ankündigung in der Regel nicht nur flüchtig betrachten, sondern sich ihr mit normaler Aufmerksamkeit zuwenden; er wird einer Kaufentscheidung erfahrungsgemäß erst dann nähertreten, wenn er sich weiter informiert hat (RIS-Justiz RS0114366).

**2.7.** Entgegen der Auffassung der Berufungswerberin stellt die Bezeichnung als „Typ“ keinen aussagekräftigen

Hinweis auf eine andere als die herkömmliche Zusammensetzung von „Cappuccino“ und „Cafè Latte“ dar. „Typ“ bezeichnet im hier interessierenden Zusammenhang nichts anderes als „durch bestimmte charakteristische Merkmale gekennzeichnete Kategorie, Art (von Dingen oder Personen); Typus“ (www.duden.de, Bedeutungsübersicht). Die Annahme, der dem oben unter 2.6. beschriebenen Verbraucherleitbild entsprechende Konsument würde aufgrund der Bezeichnung „Typ“ auf eine wie auch immer geartete, andere Zusammensetzung des Produkts schließen, die ihn veranlassen müsste, das Zutatenverzeichnis näher zu studieren, entspricht nicht der Realität. Dies gilt vor allem unter Berücksichtigung des Umstands, dass es sich hier um geringwertige Güter des täglichen Bedarfs handelt. Die Erwartungshaltung geht bei Kaffeepads, deren Zubereitung ein spezielles, für Verwendung dieser Pads geeignetes elektrisches Gerät zur Erzeugung von Wasserdampf erfordert, dahin, dass diese Pads jedenfalls Röstkaffee beinhalten. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass dies sowohl bei den anderen Sorten der „Senseo“-Linie, wie „Mild“, „Classic“ und „Strong“, als auch bei „Cappuccino“-Produkten von „Tassimo“ und von „Nescafé“ auch durchaus der Fall ist (vgl die beiliegenden Packungen ./A -./G).

Davon ausgehend deckte das Vergleichsangebot der Beklagten keineswegs alles ab, was dem Kläger bei richtiger rechtlicher Beurteilung zusteht.

**2.8** Die Wiederholungsgefahr ist auch durch Lizenzierung der Marke „Senseo“ an Lavazza aus den vom Erstgericht zutreffend dargelegten Gründen nicht weggefallen. Die Beklagte vertreibt nach wie von Kaffeepads, wenn auch unter anderen Marken und/oder sonstigen Bezeichnungen und -soweit hier ersichtlich - in nicht zu beanstandender Verpackung. Das Beharren auf ihrem Standpunkt, mit der nunmehr etwas auffälliger gestalteten Bezeichnung „Typ“

(iZm dem rückseitigen Zutatenverzeichnis) wäre jede Irreführungseignung in Bezug auf die Verwendung von Löskaffee statt Röstkaffee ausgeschaltet, lässt nicht auf die für die Beseitigung der Wiederholungsgefahr erforderliche Sinnesänderung schließen.

Der Berufung war daher nicht Folge zu geben.

**3.** Die Entscheidung über die Kosten des Berufungsverfahrens beruht auf §§ 50 Abs 1, 41 Abs 1 ZPO.

**4.** Der Ausspruch über den Wert des Entscheidungsgegenstands gründet sich auf § 500 Abs 2 Z 1 lit b ZPO. Die ordentliche Revision war nicht zuzulassen. Rechtsfragen der in § 502 Abs 1 ZPO genannten Qualität und von über den Einzelfall hinausgehender Bedeutung waren nicht zu lösen.

Oberlandesgericht Wien  
1011 Wien, Schmerlingplatz 11  
Abt. 1, am 29. Mai 2017

**Dr. Regine Jesionek**

Elektronische Ausfertigung  
gemäß § 79 GOG