

## **Bäckereibegriff für reines Aufback-Geschäft nicht irreführend**

**Wuppertal (mm) Das Landgericht Wuppertal hat am 08.05.2013 entschieden, dass die Bezeichnung eines Ladenlokals, in welchem Backwaren einer anderen Bäckerei angeboten werden, als „Bäckerei“ nicht irreführend ist. Nach der Verkehrsauffassung sei eine Bäckerei ein Geschäft, in welchem Backwaren erworben werden können, es müsse dort jedoch nicht zwangsläufig selbst gebacken werden. Durch die Handwerksordnung geschützt sei nur der Begriff „Bäcker“, der vorliegend jedoch nicht genutzt werde. Da der Verkehr durch die Begrifflichkeit nicht getäuscht werde, liege keine wettbewerbswidrige Irreführung vor. (Az.: 13 O 70/12)**

Ein eingetragener Verein, dessen satzungsmäßige Aufgabe es ist, die Einhaltung der Regelungen des lautereren Wettbewerbs zu beachten klagte gegen einen sog. Aufbackbetrieb. Dort wird Brot und Kleingebäck nicht selbst hergestellt, sondern Brötchenteiglinge lediglich angeliefert und aufgebacken. Die Inhaberin ist nicht in der Handwerksrolle eingetragen. Im Rahmen ihrer unternehmerischen Tätigkeit wurde ursprünglich mit den Bezeichnungen „Bäckerei“, „Bäckerei-Café“ und „Bäckerei, Ihre Familienbäckerei“ geworben.

Der Verein sprach eine Abmahnung aus und forderte das beklagte Unternehmen vergeblich auf, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben. Dieses verwendet nun jedoch nicht mehr die Bezeichnung „Bäckerei, Ihre Familienbäckerei“, sondern „Bäckerei, Ihr Familienbäckereiladen“. Mit den Begriffen „Bäckerei“ und „Bäckerei-Café“ wirbt sie weiterhin. Die Werbeaussagen finden sich u.a. auf Werbeschildern am Geschäftslokal, einem Geschäftsfahrzeug und der Webseite der Beklagten. An der Außenwerbung des Geschäftslokals findet sich an zwei Stellen unter Verwendung des Logos der liefernden Bäckerei ein Hinweis „frische Backwaren von: ... schmeckt man!“.

Der klagende Verein ist der Ansicht, die Werbung der Beklagten sei gem. § 4 Nr. 11 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) unlauter und gem. § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 und 3 UWG irreführend. Die Beklagte rufe bei ihren Kunden die Fehlvorstellung hervor, dass sie in der Handwerksrolle eingetragen sei und dass sie das Bäckerei-Handwerk selbst ausübe und nicht lediglich fremd gefertigte Backwaren vertreibe.

Die Inhaberin des betroffenen Lebensmittelunternehmens beantragte die Klage abzuweisen und verweist darauf, dass der Begriff „Bäckerei“ im Gegensatz zu dem Begriff „Bäcker“ nicht geschützt sei. Der Ort, an dem das Handwerk des Bäckers ausgeübt werde, werde zudem mit „Backstube“ bezeichnet und nicht mit dem Wort „Bäckerei“. Der durchschnittliche Verbraucher verstehe unter einer „Bäckerei“ allein eine Verkaufsstelle für Backwaren.

Diesem Antrag der Klageabweisung folgten die Verwaltungsrichter. Diese stellten fest, dass die Voraussetzungen einer unlauteren Wettbewerbshandlung i.S.d. §§ 3, 4 Nr. 11 UWG nicht vorliegen. Gem. § 4 Nr. 11 UWG handelt unlauter, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. § 1 HandwO stellt eine Vorschrift in diesem Sinne dar. Gem. § 1 Abs. 1 und 2 HandwO iVm Nr. 30 der Anlage A zur HandwO darf das Gewerbe des Bäckers als zulassungspflichtiges Handwerk nur von in der Handwerksrolle eingetragenen Personen ausgeübt werden. Die fehlende Eintragung der Beklagten stellt keine Zuwiderhandlung gegen § 1 HandwO dar, da die Beklagte nicht das Handwerk des Bäckers ausübt. Der Begriff „handwerksmäßig“ i.S.d. § 1 Abs. 2 HandwO ist in der HandwO nicht legaldefiniert. Er setzt jedoch gewisse Kenntnisse und Fertigkeiten voraus. Die Beklagte stellt die von ihr vertriebenen Backwaren nicht selbst her, sondern bezieht diese von einer Bäckerei. Spezielle Kenntnisse und Fertigkeiten, die gerade zur Herstellung von Backwaren erforderlich sind, setzt die Beklagte nicht ein. Sie profitiert vielmehr von den Kenntnissen und Fertigkeiten der liefernden Bäckerei. Eine solche Auslegung entspricht auch dem Sinn und Zweck der Vorschriften der Handwerksordnung. Sie stellen bestimmte Qualitätsanforderungen an den Unternehmer und dienen daher auch dazu, im Interesse der Abnehmer von Handwerksleistungen einen gewissen Qualitäts- und Sicherheitsstandard zu garantieren. Diese Anforderungen hat vorliegend primär die liefernde Bäckerei bei der Herstellung der Backwaren zu beachten. Eine andere Bewertung folgt auch nicht daraus, dass die Beklagte die gelieferten Brötchenteiglinge selbst aufbäckt. Dies stellt keine handwerkliche Tätigkeit i.S.d. HandwO dar, da hierzu keine speziellen Kenntnisse und Fertigkeiten erforderlich sind.

Ebenso wenig liegen die Voraussetzungen einer i.S.v. §§ 3, 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG unlauteren Wettbewerbshandlung vor. Eine geschäftliche Handlung ist gem. § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG irreführend, wenn sie zur Täuschung geeignete Angaben über die Herkunft und die Art und Weise der Herstellung enthält. Irreführend ist insbesondere, fremde Erzeugnisse als eigene, d.h. selbst hergestellte auszugeben.

Die Beklagte ruft durch die Verwendung der Begrifflichkeiten „Bäckerei“, „Bäckerei-Café“ und „Ihr Familienbäckereiladen“ bei ihren Kunden indes nicht die Fehlvorstellung hervor, dass sie die von ihr vertriebenen Backwaren selbst herstellt. Der Aussagewert einer Unternehmensbezeichnung richtet sich nach der Verkehrsauffassung. Diese ist einem ständigen Wandel unterworfen und fließend. Die Werbung der Beklagten richtet sich an die Durchschnittsbevölkerung unterschiedlichsten Alters. Deren Verkehrsauffassung ist maßgeblich. Danach liegt eine Irreführung des Durchschnittsverbrauchers vorliegend nicht vor. Selbst wenn mit dem Begriff der „Bäckerei“ früher die Assoziation einer Backstube einherging, ist diese Assoziation heute nicht mehr vorherrschend. Sie basiert auf einem nicht mehr zeitgemäßen Vorstellungsbild. Selbstständige Bäckereibetriebe mit einer eigenen Backstube sind heute die Ausnahme. Vorherrschend sind Ketten, deren reine Verkaufsfilialen häufig als „Bäckerei“ (z.B. Stadtbäckerei) oder sogar „Bäcker“ (z.B. SB-Bäcker) bezeichnet werden. Hier ist es für den Kunden offensichtlich, dass der jeweiligen Filiale keine eigene Backstube angeschlossen ist. Vielmehr werden lediglich - wie auch im vorliegenden Fall - Brötchenteiglinge angeliefert, die dann aufgebacken werden. Für den Kunden ist es auch meist nicht entscheidend, dass die von ihm gekauften Backwaren direkt aus einer der Verkaufsfiliale angeschlossenen Backstube stammen. Vielmehr stellt sich der Kunde unter dem Begriff „Bäckerei“ heutzutage schlicht ein Geschäft vor, in dem Backwaren bezogen werden können. Folglich tätigt er seinen Einkauf auch nicht mit dem Vorstellungsbild einer angeschlossenen Backstube.

Entgegen der Ansicht des klagenden Vereins kann die Berechtigung zur Führung der Bezeichnung „Bäckerei“ auch nicht davon abhängen, ob es sich um einen unselbstständigen Filialbetrieb einer in der Handwerksrolle eingetragenen Bäckerei oder um eine selbstständige Verkaufsstelle - wie sie die Beklagte führt - handelt. Auch für das im Bäckereigewerbe beliebte Franchise-System sind selbstständige Verkaufsstellen kennzeichnend, die dennoch die Unternehmensbezeichnung des Franchise-Gebers führen. Im Rahmen eines Franchise-Vertrages tritt der Franchise-Nehmer unter einer vom Franchise-Geber festgelegten einheitlichen Geschäftsbezeichnung auf. Er setzt die Waren am Markt jedoch auf eigene Rechnung und im eigenen Namen.

Zudem wird an dem Geschäftslokal und auf ihrer Internetpräsenz unstreitig daraufhin hingewiesen, dass Backwaren einer Bäckerei bezogen werden. Hierdurch wird nochmals das heute herrschende Vorstellungsbild unterstützt, dass nicht jede Bäckerei eine angeschlossene Backstube besitzt. Mittlerweile wird durch die neuerdings verwendete Bezeichnung „Ihr Familienbäckereiladen“ noch verdeutlicht, dass die Produkte lediglich vertreibt und nicht selbst herstellt.

Aufgrund der Tatsache, dass die Bezeichnung „Bäckerei“ die eigene Herstellung der Backwaren nicht indiziert, ist auch keine unzulässige Blickfangwerbung i.S.d. § 5 UWG wegen der räumlichen Anordnung des Hinweises auf dem Werbeschild am Geschäftslokal äußerst rechts und im Fließtext auf der Webseite der Beklagten gegeben. Eine abweichende Bewertung ergibt sich auch nicht für den Zeitpunkt der Abmahnung, zu dem die Beklagte noch mit der Bezeichnung „Ihre Familienbäckerei“ warb und nicht wie zum jetzigen Zeitpunkt mit „Ihr Familienbäckereiladen“. Mit der Bezeichnung „Familienbäckerei“ geht keine Fehlvorstellung des Kunden einher, da die Bezeichnung „Bäckerei“ nicht die Vorstellung erweckt, dass sich an den Betrieb eine eigene Backstube anschließt. Auch der Zusatz „Familien-“ steht dieser Bewertung nicht entgegen, da dieser lediglich zum Ausdruck bringt, dass das Geschäftslokal inhabergeführt ist.

Auch die Voraussetzungen einer unlauteren Wettbewerbshandlung i.S.v. §§ 3, 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG liegen hier nicht vor. Eine Fallgruppe der unternehmensbezogenen Irreführung i.S.d. § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG stellt die Irreführung über Befähigung und Qualifikation des Inhabers und seiner Mitarbeiter dar. Dass die Beklagte durch die Verwendung der Bezeichnung „Bäckerei“ bei ihren Kunden die Fehlvorstellung hervorruft, dass sie in der Handwerksrolle eingetragen ist und über eine dementsprechende Befähigung verfügt, ist nicht ersichtlich. Da keine Zuwiderhandlung gegen § 3 Abs. 1

iVm § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 und 3 UWG vorliegt, stand dem Verein auch kein Unterlassungsanspruch gem. § 2 Abs. 1 UKlaG zu. Daher wurde die Klage abgewiesen.

Die Entscheidung ist rechtskräftig.