
Datum: 17.04.2026
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 99/25
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2026:0417.6U99.25.00

Tenor:

Die Berufung der Antragstellerin gegen das am 12.06.2025 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln - 81 O 38/25 - wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens werden der Antragstellerin auferlegt.

Gründe

I.

Die Antragstellerin nimmt die Antragsgegnerin - soweit im Berufungsverfahren noch von Interesse - wegen der Werbung für ein Kopfkissen mit einem Zertifikat des Instituts B. (B.-Institut) gemäß der in der Anlage AS2 wiedergegebenen konkreten Verletzungsform sowie wegen der Werbung mit der Angabe „Für dich bedeutet das: Besser schlafen, erfrischt aufwachen und mit mehr Energie in den Tag starten“ gemäß der in der Anlage AS1 wiedergegebenen konkreten Verletzungsform auf Unterlassung in Anspruch. Wegen der Einzelheiten des Vorbringens der Parteien sowie der erstinstanzlich gestellten Anträge wird gemäß § 540 Abs. 1 ZPO auf die tatsächlichen Feststellungen im angefochtenen Urteil des Landgerichts Köln vom 12.06.2025 in der den Beteiligten am 11.07.2025 übersandten vollständigen Fassung Bezug genommen.

Das Landgericht hat dem Unterlassungsbegehren betreffend die mit dem Antrag zu Ziff. I. a) angegriffene Testsiegerwerbung stattgegeben und Anträge zu Ziff. I. b) und I. c) zurückgewiesen.

Mit ihrer Berufung hält die Antragstellerin ihr Begehren in vollem Umfang aufrecht, unter Wiederholung und Vertiefung des erstinstanzlichen Vorbringens. Wegen der Einzelheiten

1

2

3

4

5

wird auf die Berufungsbegründung vom 01.09.2025 sowie den Schriftsatz vom 19.03.2026 Bezug genommen.

Die Antragstellerin beantragt, 6

das landgerichtliche Urteil abzuändern, soweit der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen wurde, und die Antragsgegnerin ergänzend wie folgt zu verurteilen: 7

I. Der Antragsgegnerin wird im Wege der einstweiligen Verfügung bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes von bis zu 250.000,00 € und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, einer Ordnungshaft oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, diese zu vollziehen an ihren Geschäftsführern, untersagt, in der Bundesrepublik Deutschland geschäftlich handelnd 8

(...) 9

b) mit einer Zertifizierung oder einem Test durch das Institut B. zu werben, wenn dies geschieht wie für das A.-Kissen in der Anlage AS 2; 10

c) mit der Angabe „Für dich bedeutet das: Besser schlafen, erfrischt aufwachen und mit mehr Energie in den Tag starten“ zu werben, wenn dies geschieht wie für das A.-Kissen in der Anlage AS 1. 11

Die Antragsgegnerin beantragt, 12

die Berufung zurückzuweisen. 13

Sie verteidigt die angefochtene Entscheidung. Wegen der Einzelheiten wird auf die Berufungserwiderung vom 01.10.2025 sowie den Schriftsatz vom 23.03.2026 Bezug genommen. 14

II. 15

Die zulässige Berufung hat in der Sache keinen Erfolg. 16

1. Die internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte und die Anwendbarkeit des deutschen Rechts stehen außer Frage. 17

2. Einwände gegen die Feststellungen des Landgerichts zum Vorliegen des Verfügungsgrundes sind nicht erhoben. 18

3. Die Verfügungsansprüche bezüglich der im Berufungsverfahren noch streitbefangenen Werbungen folgt aus § 8 Abs. 1 UWG. Danach kann derjenige, der eine nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt, von den nach § 8 Abs 3 UWG Berechtigten bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. 19

Es ist unstreitig, dass die Antragstellerin als Mitbewerberin gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG aktivlegitimiert ist und die angegriffenen Werbungen bei www.a.de (Anlage AS2) und www.amazon.de (Anlage AS1) geschäftliche Handlungen der Antragsgegnerin darstellen. 20

Eine geschäftliche Handlung ist nach § 3 Abs. 1 UWG unzulässig, wenn sie unlauter ist. Die Antragstellerin beruft sich bezüglich der beiden noch streitbefangenen Werbungen auf den Unlauterkeitstatbestand der Irreführung nach §§ 5, 5a UWG sowie bezüglich der Anlage AS1 21

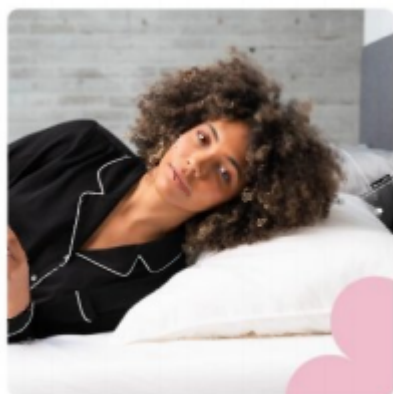
auch auf den Rechtsbruchtatbestand des § 3a UWG i.V.m. § 3 HWG.

a. Die Werbung mit der Ergonomie-Zertifizierung auf der Seite der Antragsgegnerin [www.a.](#) gemäß der Anlage AS2, u.a. in folgendem Produktbild 22



23

und dem sich weiter unten auf der Internetseite befindlichen Textblock 24



Endlich erholsam *durchschlafen*

Herkömmliche Kopfkissen sind wegen ihrer Füllung aus Daunen viel zu weich, wodurch deine Halswirbel nicht richtig gestützt werden. Mit dem [REDACTED] hast du dieses Problem jedoch nicht: Es unterstützt deine Halswirbeln dank des erhöhten Widerstands, sodass sie in gerader Linie mit deiner Wirbelsäule laufen. Das Resultat: Die optimale Schlafposition für einen erholsamen Schlaf.

Von [REDACTED] getestet.

25

ist lauterkeitsrechtlich nicht zu beanstanden. 26

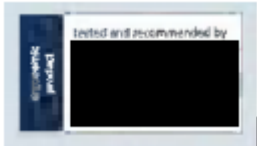
aa. Die Antragstellerin meint, die Werbung erfülle den Tatbestand der Irreführung durch Unterlassen gemäß § 5a UWG. Danach handelt unlauter, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält, die dieser je nach den Umständen benötigt, um eine informierte Entscheidung zu treffen und deren Vorenthalten dazu geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. 27

Die Antragstellerin rügt, dass der angesprochene Verbraucher weder durch die Informationen auf der Seite [www.b.de](#) noch auf der Seite der Antragsgegnerin in die Lage versetzt werde, (jedenfalls) unter Heranziehung sachkundiger Personen die Aussagekraft des dem Siegel zugrundeliegenden Tests zu beurteilen. Die Informationen seien - worauf das Landgericht überhaupt nicht eingegangen sei - bereits nicht hinreichend leicht auffindbar. Außerdem seien sie nichtssagend, in wesentlichen Punkten sogar irreführend und in sich widersprüchlich. Vor allem sei unklar, was die Mindestanforderungen für ein Bestehen des Testes sei. 28

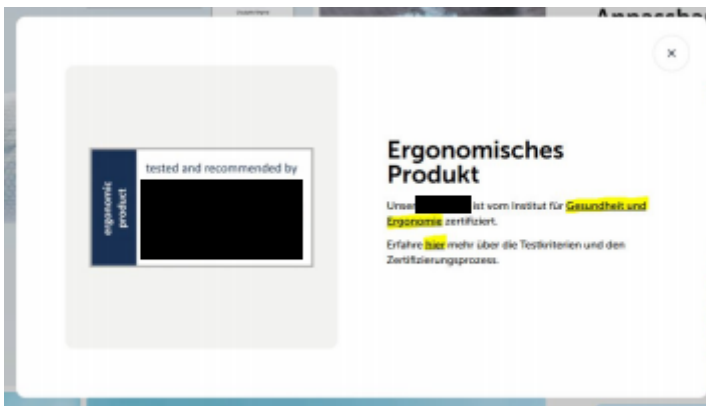
29

Dem kann nicht beigetreten werden. Die Antragsgegnerin enthält dem Verbraucher bezüglich des B.-Zertifikats keine Informationen vor.

(1) Die Einwände zur Auffindbarkeit der Informationen überzeugen nicht. Bei der Werbung mit einem Prüfzeichen reicht es aus, dass in der Werbung auf eine Internetseite verwiesen wird, auf der für den Verbraucher nähere Informationen in Form von kurzen Zusammenfassungen der bei der Prüfung herangezogenen Kriterien zur Verfügung stehen (s. BGH, Urteil vom 21.07.2016, I ZR 26/15 - LGA tested, juris Tz. 35). Klickt man in der streitbefangenen Internetwerbung das B.-Siegel



an - was für den informierten Durchschnittsverbraucher auf der Hand liegt, wenn er sich für die Aussagekraft des Siegels interessiert -, erscheint das folgende Fenster:



Bei einem Klick auf die im Siegels selbst hervorgehobene uns als Link erkennbare Seite „www.b.de“ kann über den Reiter „Zertifizierung - Produktzertifizierung“ die Anlage AS6 mit umfangreichen Informationen des B.-Institut zum Zertifizierungsprozess im Allgemeinen aufgerufen werden sowie von dort die als Anlage AS8 vorgelegte Broschüre „B. Gütesiegel - Mess- und Prüfverfahren“. Das B.-Institut betont die breit gefächerte Vielfalt an ergonomischen Produkten und Individualität des Prüfungsprozesses.

Der im Text neben dem Siegel fett hervorgehobene (in der Abb. oben gelb markierte) Link „Gesundheit und Ergonomie“ führt zu dem folgendem Prüfzertifikat

36



und der im Text ebenfalls fett hervorgehobene (in der Abb. oben gelb markierte) Link „hier“ zu 37
folgenden Informationen der Antragsgegnerin (aus der Anlage AG 4):

Das Prüfverfahren für unser Produktzertifikat

Das [REDACTED] hat unser [REDACTED] auf Basis der DIN EN ISO 26800 / EN ISO 15537 danach geprüft, ob die Ergonomie den vorgegebenen Bedingungen entspricht. Die Übersichtsnorm DIN EN ISO 26800 „Ergonomie – Genereller Ansatz, Prinzipien und Konzepte“ bildet mit den darin beschriebenen Begriffen, Prinzipien und Konzepten die Grundlage für andere, sich mit dem Thema „Ergonomie“ befassenden Normungen und hat unter anderem zum Ziel, die ergonomische Gestaltung von Produkten über deren gesamten Lebenszyklus sicherzustellen. Die DIN EN ISO 15537 enthält Grundsätze für die Auswahl und den Einsatz von Prüfpersonen zur Untersuchung einer für die Körperhaltung günstigen Produktgestaltung.

Die Prüfung des [REDACTED] ist im Rahmen eines Methodenmixes erfolgt, um auf diesem Weg die relevanten Parameter für die Beurteilung des Produktes zu erfassen. Durch die Verwendung mehrerer Methoden werden objektive und subjektive Maßstäbe berücksichtigt. Ein Teilbereich der Prüfung ist die Information des [REDACTED] über die technische Zusammensetzung des Produktes. Die weiteren Bereiche des Tests, gerichtet auf Gebrauchstauglichkeit und Ergonomie, sind Tests mit Versuchspersonen, mit Prüfern als Experten und Messungen zum Abgleich der Anpassung Produkt/Mensch.

Das Zertifikat wird nach bestandener Produktprüfung erteilt.

38

39

Die erste Produktprüfung erfolgte mit Hilfe eines eingesetzten Meßsystems für ergonomische Kopfkissen als Druckmessung auf einer X-Sensor Druckmatte. Die Messung ermittelt die Druckverteilung beim Aufliegen.



Beispiel Messanordnung

Expertengremium

Zusätzlich wurde das [REDACTED] von einem Expertenteam aus den Bereichen Orthopädie, Physiotherapie und Biologie eingehend analysiert. Diese Experten überprüften, ob die Anwendung des [REDACTED] den menschlichen Bedürfnissen in ergonomischer Hinsicht genügt.

Prüfungsergebnis

Das Prüfungsergebnis setzt sich zu 50% aus den Ergebnissen der Testmessungen sowie zu 50% aus der Beurteilung des Expertengremiums zusammen. Die Beurteilung des Expertengremiums ist wie folgt gewichtet:

- 10% Handhabung der getesteten Produkte, Usability, nachvollziehbare Benutzerführung, Qualität der Bedienungsanleitungen
- 90% Anpassung an die individuellen Erfordernisse der Nutzerinnen und Nutzer, Stichwort „großer Mensch – kleiner Mensch“

40

Die Antragsgegnerin stellt damit den „weichen“ Inhalt der die Ergonomie betreffenden ISO-Normen klar, wobei die Vorstellung, es gebe für die Eigenschaft „ergonomisch“, die sich auf eine unübersehbare Vielzahl an Produkten beziehen kann, konkrete Messvorgaben vergleichbar den technischen DIN-Normen, schon per se fernliegend ist. Dies belegen die von der Antragstellerin selbst im Schriftsatz vom 19.03.2026 angeführte Tischleuchte und Tischtrennwand, die ebenfalls vom B.-Institut als ergonomische Produkte zertifiziert worden sind, wobei es entgegen der Darstellung der Antragstellerin keineswegs absurd, sondern im Gegenteil naheliegend ist, dass gerade solche Produkte einer menschengerechten Arbeitsplatzgestaltung angepasst sein und insoweit als ergonomisch gestaltet bezeichnet werden können. Das generelle Ziel der Ergonomie ist es, die Nutzbarkeit der menschlichen Umgebung, insbesondere auch der Arbeitsumgebung, zu optimieren. Anders als bei der Orthopädie geht es nicht um eine spezielle medizinisch-anatomische Anpassung. Außerdem gibt die Antragsgegnerin den Zertifizierungsprozess wieder, den ihr Produkt konkret durchlaufen hat, nämlich (nur) eine Druckmessung und die Beurteilung durch ein Expertenteam aus den Bereichen Orthopädie, Physiotherapie und Biologie. Dabei sind die Ausführungen der Antragsgegnerin zur individuellen Testung ihres Produktes eine klarstellende und gerade nicht irreführende Ergänzung zu den allgemeinen Ausführungen des B.-Institut dazu, wie dieses generell beliebige Produkte auf die Eigenschaft „Ergonomie“ hin prüft. Die Angaben stehen insoweit gerade nicht in Widerspruch zueinander.

41

42

Neben dem Weg über das intuitive Anklicken des Siegels stellt die Antragsgegnerin Informationen gemäß der Anlage AG 4 auch noch über die Schaltfläche „Zertifizierungen und Testkriterien“ auf ihrer Homepage zur Verfügung (s. Anl. AS 2 am Ende, Anl. AS 11 Seite 4 Abb. oben).

(2) Da es bei dem Test nur um die Frage einer ergonomischen Produktgestaltung Ja oder Nein geht, ist nicht zu beanstanden, dass an keiner Stelle die Mindestanforderungen für die Erteilung des Siegels / das Bestehen des Testes wiedergegeben sind. Im Prüfzertifikat ist klagestellt, dass der Anpassungsgrad des Produktes an die körperlichen Eigenschaften der Testpersonen überprüft wird. Wann der erforderliche Grad erreicht ist, um ein Produkt als ergonomisch gestaltet anzusehen, ist eine in jedem Einzelfall zu beantwortende Frage, wobei es nicht einmal bei der Produktgruppe „Kopfkissen“, die sich hinsichtlich der Größe, Formgebung und Füllung stark unterscheiden können, allgemeingültige Kriterien geben dürfte. Jedenfalls liegt bezüglich der Mindestanforderungen für die Vergabe des Zertifikats kein Vorenthalten von Informationen i.S.d. § 5a UWG vor. Für ein „Vorenthalten“ ist es erforderlich, dass die betreffende Information zum Geschäfts- und Verantwortungsbereich des Unternehmers gehört oder in sonstiger Weise für ihn verfügbar ist (s. BGH, Urteil vom 21.07.2026, I ZR 26/15 - LGA tested, juris, Tz. 27). Im vorliegenden Fall hat die Antragsgegnerin dem Verbraucher alle ihr bekannten maßgeblichen Informationen zugänglich gemacht. Aus den Angaben der Antragsgegnerin und den Ausführungen des B.-Institut ergibt sich, welche Normen und Kriterien der Prüfung zugrunde lagen. Dass das B.-Institut bestimmte (messbare) Mindestanforderungen für das Zertifikat „ergonomisch“ in Bezug auf Kopfkissen vorgegeben hat und auf Nachfrage bereit gewesen wäre, diese gegenüber der Antragsgegnerin offen zu legen, ist im Streitfall weder vorgetragen noch sonst ersichtlich, sodass der Antragsgegnerin auch nicht vorgehalten werden kann, sie hätte sich weitere (welche?) Informationen beschaffen müssen. Das B.-Institut gibt nach seiner Broschüre „Mess- und Prüfverfahren“ bewusst keine Prüfberichte heraus, um die Geschäftsgeheimnisse zu wahren und Missverständnisse oder ungerechtfertigte Vergleiche zu vermeiden.

43

Im Gesamtkontext der Informationen zum Prüfungsablauf wird klar, dass die Vergabe des Zertifikats letztlich die wertende Entscheidung eines Expertengremiums ist. Ob es insoweit „bessere“ Kriterien als die vom B.-Institut verwendeten geben mag (wie z.B. den von der Antragstellerin unter Verweis auf die Prüfungen der Stiftung Warentest angeführten Kopf-Rumpf-Winkel, wobei auch nach den vorgetragenen Angaben der Stiftung Warentest nicht klar wird, welche Winkel insoweit wie für welche Positionen bewertet wurden) ist ohne Belang. Es geht im Rahmen des § 5a UWG nicht um die Qualität der Testung, sondern darum, ob eine sachkundige Person anhand der gegebenen Informationen die Aussagekraft des dem Siegel zugrundeliegenden Tests beurteilen kann. Dies ist aufgrund der unschwer auffindbaren Informationen der Fall. Der informierte Durchschnittsverbraucher ist anhand der o.a. Informationen in der Lage, den Wert des Prüfzeichens einzuschätzen.

44

bb. Außerdem stützt sich die Antragstellerin auf eine Irreführung nach § 5 UWG mit der Argumentation, dass kein objektiver sachkundiger Test durch einen neutralen Dritten durchgeführt worden sei. Dies überzeugt ebenfalls nicht.

45

Ein Prüfzeichen liefert dem Verbraucher in kompakter und vereinfachter Form eine Information zu dem damit gekennzeichneten Produkt. Es ist ein Zeichen dafür, dass ein neutraler Dritter mit entsprechender Kompetenz die beworbene Ware nach objektiven und aussagekräftigen Kriterien geprüft hat. Aus der Sicht des Verbrauchers bietet ein Prüfzeichen die Gewähr, dass ein mit ihm gekennzeichnetes Produkt bestimmte, vom Verbraucher für die

46

Güte und Brauchbarkeit der Ware als wesentlich angesehene Eigenschaften aufweist (BGH, Urteil vom 21.07.2026, I ZR 26/15 - LGA tested, juris, Tz. 39).

Davon ausgehend entnimmt der Verbraucher dem streitbefangenen Prüfzeichen, dass das Kopfkissen von dem B.-Institut als einer unabhängigen, nicht notwendig amtlichen Stelle fachlich-objektiv auf seine Eigenschaft als ein ergonomisch gestaltetes Produkt geprüft worden ist. 47

(1) Das B.-Institut ist als ein unabhängiges Zertifizierungsunternehmen anzusehen. 48

Ausweislich der Anlage AG 12 stellt sich das B.-Institut nach außen wie folgt dar: 49

„Das Institut hat seinen Sitz in C. und wurde Mitte der neunziger Jahre gegründet. Begonnen hatte es ursprünglich mit Kursen für Kinder, doch inzwischen beschäftigt man sich mit fast allem, was für gesundes Arbeiten von Bedeutung ist. (...) Das B.-Institut GmbH mit Sitz in C. steht seit 1999 für Gesundheit in der Arbeitswelt und im Alltag. Durch seine Initiativen & Projekte unterstützt das B.-Institut Unternehmen, Behörden und Privatleute bei der ergonomischen Optimierung ihrer Arbeitsplätze. Ein Schwerpunkt ist die Zertifizierung und Entwicklung ergonomischer Produkte und Dienstleistungen. Weitere Tätigkeitsbereiche sind die Durchführung von Arbeitsplatzanalysen und Maßnahmen der Betrieblichen Gesundheitsförderung. Eine hohe Wertschätzung genießt der Innovationspreis Ergonomie, den Unternehmen für herausragende Leistungen verliehen bekommen. Die B.-Studien dienen der Untersuchung und Beweisführung der ergonomischen Wirksamkeit von Produkten und Lösungen in Theorie und Praxis. Abgerundet wird das Portfolio durch ein breites Angebot an Schulungen und Seminaren mit Zertifikat. Schon früh hat man sich einem ganzheitlichen Ansatz verschrieben, der sich nicht nur mit dem Auftreten gesundheitlicher Beschwerden, sondern vor allem mit deren Prävention beschäftigt. Freude und Unterhaltung sind dabei ein wichtiger Schlüssel zur Nachhaltigkeit von Maßnahmen zur Förderung von Gesundheit. Dabei steht der Mensch immer im Mittelpunkt der Überlegungen. Das B. Institut für Gesundheit und Ergonomie ist bundesweit tätig und Partner der INQA (Initiative Neue Qualität der Arbeit, unterstützt durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales), sowie Gründungsmitglied der Landesarbeitsgemeinschaft Prävention - ein Projekt des Staatsministeriums für Umwelt und Gesundheit Bayern. Das B.-Institut ist Teil eines starken Netzwerks aus Ärzten, Therapeuten, Wissenschaftlern, Mitarbeitern des Betrieblichen Gesundheitsmanagements, Behördenvertretern, sowie Produktentwicklern und Händlern.“ 50

Dass diese Außendarstellung falsch und das B.-Institut statt von ideellen Zwecken getragen ein rein mit Gewinnerzielungsabsicht agierender Marketing-Dienstleister ist, trägt die Antragstellerin selbst nicht vor. 51

Soweit das B.-Institut für die Prüfung und - bei erfolgreicher Testung - für die Verwendung des Siegels von den Unternehmen bezahlt wird, ändert dies nichts an seiner Unabhängigkeit. Der Annahme einer neutralen Prüfung anhand objektiver Kriterien steht nicht entgegen, dass das Prüfunternehmen für die Vergabe eines Prüfzeichens und seine Lizenzierung ein Entgelt verlangt (BGH, Urteil vom 21.07.2026, I ZR 26/15 - LGA tested, juris, Tz. 45). Das unter Berücksichtigung dieser Umstände berechnete besondere Interesse der Verbraucher, zu erfahren, nach welchen Kriterien das Zeichen verliehen wurde, ist aufgrund der o.a. Informationen gewahrt. Der Ansicht der Antragstellerin, die Information, dass ein bestimmter Test - hier die Druckmessung - stattgefunden habe, sei ohne Angabe zu den Anforderungen für das Bestehen des Testes aus Sicht der Verbraucher nutzlos, kann nicht beigetreten werden. Die Zielrichtung der Messung der Druckverteilung erläutert das B.-Institut gemäß der Anlage AS 8 damit, dass überprüft werden solle, ob die Auslobung einer entlastenden 52

Wirkung durch ausgewogene Druckverteilung in allen Liegepositionen seitens der Hersteller in der Praxis zutrefte und auch den unterschiedlichen Bedürfnissen kleiner und großer bzw. leichter und schwerer Menschen gleichermaßen gerecht werde:

53

Messung Druckverteilung - Liegen



Kategorie:
Schlafen & Liegen

Aufgabenstellung:
Messung der Druckverteilung am Körper bzw. Kopf. Prüfung der entlastenden Wirkung einer ausgewogenen Druckverteilung von ergonomischen Schlafsystemen und Kopfkissen.

Projektbeschreibung:
Messung der Druckverteilung auf Matratzen und Liegesystemen. Die Hersteller loben eine entlastende Wirkung durch ausgewogene Druckverteilung in allen Liegepositionen aus. Zu untersuchen ist, ob dieses in der Praxis zutrifft und auch den unterschiedlichen Bedürfnissen kleiner und großer bzw. leichter und schwerer Menschen gleichermaßen gerecht wird.

Messsystem:
Druckmessung mit X-Sensor. Das System arbeitet mit flexiblen Sensoren in unterschiedlichsten Geometrien und Dichten. XSensor avancierte bereits in vielen Teilen der Industrie zum Standardentwicklungsinstrument.



In der Gesamtbetrachtung kommt den Angaben des B.-Institut und der Antragsgegnerin zu Inhalt und Durchführung des Testes ein erheblicher Informationsgehalt bei. Ein berechtigtes Interesse der Verbraucher an detaillierteren Informationen (welchen?) ist nicht dargetan. Anders als z.B. bei einer Messung des Kopf-Rumpf-Winkels ist bei einem Drucktest nicht erkennbar, dass für jedes Kopfkissen geltend generell-abstrakt umschrieben werden kann, welche Ergebnisse erzielt werden müssen, um von einer ergonomischen Gestaltung auszugehen.

54

Dafür, dass das B.-Institut aus eigenwirtschaftlichen Interessen nahezu jedem zahlenden Antragsteller das Zertifikat erteilt, gibt es keine objektiven Anhaltspunkte. Soweit die Antragstellerin auf die kostenlose Vorprüfung verweist und mutmaßt, dass bei positiver Vorprüfung bereits weitgehend das endgültige Prüfergebnis festgelegt sei, ist ihr entgegenzuhalten, dass die Vorprüfung nach den Angaben des B.-Institut stattfindet, um im Hinblick auf die begrenzten Prüfungskapazitäten die ersichtlich aussichtslosen Fälle herauszufiltern. Gegen die Mutmaßung der Antragstellerin spricht das Angebot des B.-Institut gemäß der Anlage AS 6, bei der Produktentwicklung im Hinblick auf die Ergonomie behilflich zu sein:

55

56

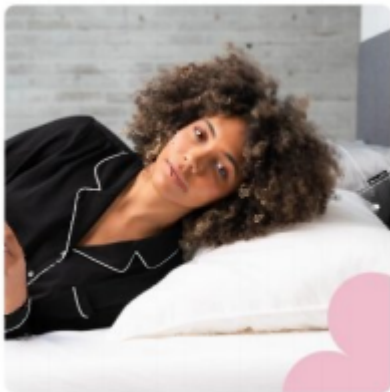
Bei der Produktzertifizierung arbeiten wir stets partnerschaftlich mit unseren Kunden zusammen

Wir kommen unserer Aufgabe als neutrales Prüfungsinstitut mit großer Sorgfalt nach. Das bedeutet auch, dass nicht jede kostenfreie Vorprüfung automatisch zum Testverfahren führt, sondern eventuell mangelnder Qualitätsaspekte im Vorfeld abgelehnt wird. Selbst wenn dies beim Hersteller zunächst einmal Enttäuschung hervorruft, liegt doch die große Chance darin, das Produkt weiter zu verbessern und so letztlich zum gewünschten Ergebnis zu gelangen.

Gleiches gilt, falls ein Produkt im Prüfverfahren aufgrund bestimmter Mängel scheitert. Anstatt Sie mit den Beanstandungen alleine stehen zu lassen, verstehen wir uns als Partner, der Sie mit hilfreichen Lösungen bei den nötigen Nachbesserungen unterstützt.

(2) Nach dem Erwartungs- und Verständnishorizont des Durchschnittsverbrauchers ist klar, dass Ergonomie - also die optimale wechselseitige Anpassung zwischen dem Menschen und seinen Arbeitsbedingungen - bezogen auf ein Kopfkissen nicht zwingend nach starren, wissenschaftlich vorgegebenen Messkriterien beurteilt werden kann und muss. Das B.-Institut selbst betont in seiner Außendarstellung die Individualität einer jeden Prüfung. Die Messung der Druckverteilung beim Aufliegen in Verbindung mit dem von dem B.-Institut eingesetzten Expertenteam aus den Bereichen Orthopädie, Physiotherapie und Biologie ist insoweit ausreichend, die Qualitätsaussage „ergonomisch“ auf eine fachlich hinreichend fundierte Grundlage zu stellen. Es ist auch klargestellt, zu welchen Anteilen **diese beiden Kriterien** in die Gesamtbewertung einfließen, nämlich jeweils zur Hälfte, wobei das Expertenteam in seine Gewichtung zu 90 % die Anpassung an die individuellen Erfordernisse der Nutzer (großer/kleiner Mensch) und zu 10 % die Handhabung pp. berücksichtigt. Dabei ist die Bewertung eines Expertenteams, das das Produkt anhand festgelegter ergonomischer Standards (DIN EN ISO 26800 und EN ISO 15537) und praxisnaher Anwendungsfälle testet, ebenso wie z.B. die fachlich begründete Meinung eines Gerichtssachverständigen weit mehr als nur eine rein subjektive Einschätzung. 57

cc. Schließlich rügt die Antragstellerin eine falsche Widergabe des Testergebnisses. Die Werbung „Endlich erholsam durchschlafen ... „ 58



Endlich erholsam durchschlafen

Herkömmliche Kopfkissen sind wegen ihrer Füllung aus Daunien viel zu weich, wodurch deine Halswirbel nicht richtig gestützt werden. Mit dem [REDACTED] hast du dieses Problem jedoch nicht: Es unterstützt deine Halswirbeln dank des erhöhten Widerstands, sodass sie in gerader Linie mit deiner Wirbelsäule laufen. Das Resultat: Die optimale Schlafposition für einen erholsamen Schlaf.

Von [REDACTED] getestet.

erwecke den Eindruck, das B.-Institut habe bestätigt, dass das Kissen die optimale Schlafposition für einen erholsamen Schlaf bietet. Dem kann nicht beigetreten werden. Der angesprochene informierte Verbraucher misst im Gesamtkontext der Werbung (mit dem eingangs wiedergegebenen Siegel 60



62

63

dem Satz am unteren Rand des Textfeldes „Vom B.-Institut getestet“ aufgrund der optischen Trennung zu dem davorstehenden längeren Absatz keinen weitergehenden Inhalt bei als den, dass ein Test des B.-Institut stattgefunden hat. Es ist ohne weiteres ersichtlich, dass sich das „B.-Institut“ - nur - mit der Gestaltung des Produktes unter dem Gesichtspunkt der Ergonomie beschäftigt hat und nicht mit der - erkennbar reklamehaft verwendeten, objektiv unmöglich zu treffenden - Aussage, das Kopfkissen führe aufgrund einer optimalen Schlafposition bei allen Menschen zu einem erholsamen Schlaf.

64

b. Die Werbung mit „... Besser schlafen, erfrischt aufwachen und mit mehr Energie in den Tag starten“ gemäß dem als Anlage AS 1 eingereichten Amazon-Angebot , vornehmlich dem Abschnitt

65

66

Marke	██████████
Besonderes Merkmal	hypoallergen, Temperatur_ausgleichend
Farbe	Blau
Größe	Original (40x80 cm)
Füllmaterial	Memory Foam

Info zu diesem Artikel

- **CHIP TESTSIEGER** – Das ██████████ Original wurde im Nackenkissen-Test von CHIP (März 2025) mit der Note „Gut (1,6)“ zum Testsieger gekürt. Ein klarer Beweis für seine herausragende Qualität und Schlafunterstützung. Überzeuge dich selbst und genieße erholsame Nächte – jeden Tag.
- **GEPRÜFTE QUALITÄT – ÜBERZEUGE DICH SELBST** Es erfüllt die Anforderungen in den Bereichen Qualität und Funktionalität. Tausende Schläfer schwören auf den erholsamen Schlaf, den es bietet. Teste es heute selbst risikofrei.
- **INDIVIDUELL ANPASSBAR – DEIN KISSEN, DEINE WAHL.** Jeder Mensch schläft anders, und genau dafür ist das ██████████ gemacht. Dank der verstellbaren Füllung passt du die Höhe und den Härtegrad nach deinen Wünschen an – für die perfekte Unterstützung ohne Nackenverspannungen. Risikofrei testen für 100 Nächte – du hast nichts zu verlieren, nur erholsamen Schlaf zu gewinnen.
- **PERFEKTES KLIMA DAS GANZE JAHR – KÜHLE SOMMERNÄCHTE, GEMÜTLICHE WINTERABENDE** Das ██████████ denkt mit: Die kühlende Ice Silk-Seite sorgt für angenehme Nächte im Sommer, während die weiche, wärmende Seite dich im Winter sanft einhüllt. Erlebe das ideale Schlafklima 365 Tage im Jahr – egal wie heiß oder kalt es draußen ist.
- **ZERTIFIZIERT VON EXPERTEN – ERGONOMIE, DER DU VERTRAUEN KANNST** Offiziell geprüft und zertifiziert durch das ██████████ ██████████ garantiert das ██████████ optimale Unterstützung für Kopf und Nacken. Für dich bedeutet das: Besser schlafen, erfrischt aufwachen und mit mehr Energie in den Tag starten.

 Ein Problem mit diesem Produkt melden

ist ebenfalls lauterkeitsrechtlich nicht zu beanstanden.

67

aa. Die Werbung verstößt nicht gegen § 3 HWG, einer Marktverhaltensregelung i.S.d. § 3a UWG. Das HWG ist auf den Streitfall nicht abwendbar. Neben der Werbung für Arzneimittel und Medizinprodukte findet es gemäß seines § 2 lediglich Anwendung auf

68

„2. andere Mittel, Verfahren, Behandlungen und Gegenstände, soweit sich die Werbeaussage bezieht

69

a) auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden beim Menschen,

70

b) auf Schwangerschaftsabbrüche,

71

c) auf operative plastisch-chirurgische Eingriffe zur Veränderung des menschlichen Körpers ohne medizinische Notwendigkeit,

72

3. Verfahren und Behandlungen, soweit sich die Werbeaussage auf die Erkennung, Beseitigung oder Linderung von Krankheiten, Leiden, Körperschäden oder krankhaften Beschwerden beim Tier bezieht.“

73

Dabei ist unter „Krankheit“ jede, also auch nur eine unerhebliche oder vorübergehende heilbare Störung der normalen Beschaffenheit oder der normalen Tätigkeit des Körpers zu verstehen. Leiden sind langdauernde Krankheiten, nicht heilbare Störungen und Veränderungen der normalen körperlichen Beschaffenheit (s. Brixius in:

74

Bülow/Ring/Artz/Brixius, HWG, 6. Aufl. § 1 Rn. 154). Erforderlich für einen Verstoß gegen § 3 HWG wäre mithin die Verknüpfung des beworbenen Kopfkissens mit dem Versprechen der Verbesserung eines krankhaften Zustandes. Dies ist nicht feststellbar. Auch nach dem im

Interesse des Verbraucherschutzes geltenden weiten Krankheitsbegriff fallen Beschwerden, die noch zur normalen Beschaffenheit und Funktion des Körpers gehören, also normal verlaufende Erscheinungen oder Schwankungen, denen jeder Körper ausgesetzt ist, die seiner Natur oder dem natürlichen Auf und Ab seiner Leistungsfähigkeit entsprechen, nicht unter den Krankheitsbegriff als Rechtsbegriff (s. Brixius, a.a.O. Rn. 155, 158). Mit der angegriffenen Werbeaussage geht die Antragsgegnerin auch unter Berücksichtigung des Gesamtkontextes

Info zu diesem Artikel 75

- Chip TESTSIEGER ... 76

- GEPRÜFTE QUALITÄT - ÜBERZEUGE DICH SELBST ... 77

- INDIVIDUELL ANPASSBAR - DEIN KISSEN, DEINE WAHL ... 78

- PERFEKTES KLIMA - KÜHLE SOMMERNÄCHTE, GEMÜTLICHE WINTERABENDE ... 79

- ZERTIFIZIERT VON EXPERTEN - ERGONOMIE, DER DU VERTRAUEN KANNST 80

Offiziell geprüft und zertifiziert durch das Institut für Gesundheit und Ergonomie (B.-Institut), garantiert das A. optimale Unterstützung für Kopf und Nacken. Für dich bedeutet das: Besser schlafen, erfrischt aufwachen und mit mehr Energie in den Tag starten. 81

nicht über die Aussage hinaus, dass das beworbene Kissen aufgrund seiner ergonomischen Eigenschaften („optimale Unterstützung für Kopf und Nacken“) für einen besseren Schlaf Sorge, sodass der Verbraucher erfrischt und energiegeladen aufwache. Diese Aussage entstammt aus der Sicht des informierten Durchschnittsverbrauchers dem üblichen Kanon an Werbeslogans für Bettwaren, wobei es in der Natur des Menschen liegt, dass die Qualität des Schlafes u.a. von den Rahmenbedingungen wie Umgebung, Matratze, Kopfkissen pp. abhängt. Eine Linderung von krankhaften Zuständen wie z.B. körperlich bedingten Schlafstörungen wird mit der Bezugnahme auf „zertifiziert[e] ... Ergonomie“ nicht versprochen. 82

bb. Die Werbung ist aus den angeführten Gründen auch nicht unter dem Gesichtspunkt einer gesundheitsbezogenen Werbung irreführend i.S.d. § 5 UWG. Es fehlt an dem erforderlichen Gesundheitsbezug, da der angesprochene informierte Durchschnittsverbraucher das im Zusammenhang mit Bettwaren übliche Werbeversprechen eines besseren Schlafes auf die - durch das B.-Institut tatsächlich bestätigte - ergonomische Gestaltung des Kopfkissens bezieht, einer ergonomischen Gestaltung (z.B. von Werkzeuggriffen oder Schreibtischstühle pp.) allein aber noch keine lindernde oder gar heilende Wirkung auf körperliche Beschwerden (wie z.B. Arthrose in den Fingern, Rückenschmerzen) beimisst, sondern weiß, dass eine ergonomische Gestaltung auf die Vermeidung von Unannehmlichkeiten und Verletzungen (wie z.B. Blasen an den Händen, Fehlhaltungen beim Sitzen) ausgerichtet ist. Dem informierten Verbraucher ist bekannt, dass eine ergonomische Gestaltung - anders als ggf. ein orthopädisches Produkt - keine individuellen Krankheitserscheinungen lindern, sondern allgemein eine gesunde Haltung fördern und Beschwerden vorbeugen soll. Vor diesem Hintergrund kann der Ansicht der Antragstellerin, die angegriffene Werbung erwecke den Eindruck, dass allen Verbrauchern, unabhängig von ihren körperlichen und gesundheitlichen Bedürfnissen, bei Verwendung des Kissens eine Wunderwirkung in Bezug auf Schlafqualität und Energie, d.h. die geistige und körperliche Leistungsfähigkeit und die damit einhergehende Tatkraft und Vitalität am Morgen versprochen werde, nicht beigetreten werden. 83

III.	84
Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.	85
Das Urteil ist gemäß § 542 Abs. 2 ZPO mit seiner Verkündung rechtskräftig.	86
<u>Gegenstandswert für das Berufungsverfahren: bis 35.000 €.</u>	87
