

20

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 1

Kochbuch

Die Beurteilung als Vorspannangebot wird nicht dadurch ausgeschlossen, daß die branchenfremde Ware zu einem höheren Preis angeboten wird als die Ware, deren Absatz durch die Kopplung gefördert werden soll (sog. kopflastiges Vorspannangebot). Maßgeblich ist die **Verkehrsauffassung** (Ergänzung zu BGHZ 65, 68 - Vorspannangebot).

BGH, Urt. v. 30. Juni 1976 - I ZR 150/75 - OLG München
LG München I

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 150/75

URTEIL

Verkündet am
30. Juni 1976

Schnurr
Justizhauptsekretärin

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 5. März 1976 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Krüger-Nieland und die Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Schönberg und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Die Revision der Beklagten gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Bayerischen Oberlandesgerichts München vom 10. Juli 1975 wird zurückgewiesen.

Von den Kosten der Revisionsinstanz (einschließlich der zurückgenommenen Revision des Klägers, von diesem als Anschlußrevision bezeichnet) fallen dem Kläger 1/50, der Beklagten 49/50 zur Last.

Von Rechts wegen



[JLaw – Gesetze und Urteile](#)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand

Die Beklagte betreibt eine Kaffee-Großrösterei. Sie setzt ihre Erzeugnisse unter anderem über eigene Filialen und im Versandwege ab. Im Jahre 1973 vertrieb sie während einiger Wochen vor Weihnachten je 500 g ihrer Kaffeesorten "Gold Mocca" oder "Naturmild" in einer Verpackung zusammen mit dem Kochbuch "Kochen heute". Das Kochbuch enthielt 536 Seiten mit 100 Farbfotos und 60 Schwarz-weiß-Zeichnungen. Es war zuvor im Buchhandel in gleicher Aufmachung zum Ladenpreis von 55,-- DM erschienen. Die Beklagte bot es zum Preis von 8,05 DM an. Das Buch konnte nicht allein, sondern nur zugleich mit 500 g Kaffee zum Pfundpreis von 7,90 DM erworben werden. Die Beklagte hatte für diese Aktion 780.000 bis 800.000 Exemplare des Werkes übernommen, die sämtlich in kurzer Zeit verkauft waren. Von der im Buchhandel erworbenen Normalausgabe unterschied sich die von der Beklagten vertriebene lediglich durch einen Vermerk im Impressum, wonach es sich um eine "einmalige Sonderausgabe für T■■■■-Kaffee" handelte. Die Beklagte hat für dieses Angebot mit erheblichem Aufwand im Rundfunk und in Publikumszeitschriften geworben, unter anderem auch mit den Behauptungen: "'Kochen heute' ist das Spitzenkochbuch unserer Zeit" und "'Kochen heute' bieten wir Ihnen zu einem nie dagewesenen Preis: 8,05 mit 500 g 'Gold Mocca' oder 'Naturmild' 7,90, das sind zusammen 15,95 DM". Eine später über den Sortimentsbuchhandel vertriebene Neuauflage des Buches kostet derzeit 28,-- DM.

Der Kläger, ein Verein, der satzungsgemäß unlauteren Wettbewerb bekämpft, hat die Vertriebsmethode als solche und die Werbebehauptung "'Kochen heute' ist das Spitzenkochbuch unserer Zeit" beanstandet und sich dagegen gewandt, daß das Kochbuch ohne einen über den Vermerk im

Impressum hinausgehenden Hinweis, daß es sich um eine Sonderausgabe handele, vertrieben worden sei. Das Kochbuch sei als unerlaubte Zugabe zur Hauptware Kaffee anzusehen. Daß es nicht ohne besondere Berechnung abgegeben werde, stehe der Beurteilung als Zugabe nicht entgegen. Denn der Preis von 8,05 DM sei ein offenbar bloß zum Schein verlangtes Entgelt im Sinne des § 1 Abs. 1 Satz 2 ZugabeVO. Auch verstoße das gekoppelte Angebot von Kaffee und Kochbuch gegen lautere Wettbewerbssitten. Denn es zwinge die Mitbewerber zur Nachahmung und führe zu einer ungesunden Marktsituation mit untragbaren Belastungen der Beteiligten, verdränge auch kleinere Mitbewerber vom Markt, weil diese die Investition für eine vergleichbare Werbung - hier weit über 10 Mio. DM - nicht aufbringen könnten. In wettbewerbswidriger Weise werde Kundenfang durch Gewährung übermäßiger Vorteile betrieben. Denn die Verbraucher würden durch ein solches "Geschenk" veranlaßt, ihre Wahl nicht in erster Linie nach ihren Vorstellungen über die Preiswürdigkeit und Qualität der konkurrierenden Waren zu treffen, sondern vornehmlich danach, wie sie in den Genuß des Werbeartikels kommen könnten. Auch werde die Preisgestaltung des Sortimentsbuchhandels in den Augen des Publikums diskreditiert. Dieser habe das Kochbuch aufgrund der Preisbindung für 55,-- DM verkaufen müssen. Die Werbebehauptung "Kochen heute" ist "das Spitzenkochbuch unserer Zeit" hält der Kläger für eine unwahre, auch sonst unzulässige Alleinstellung. Die Beklagte habe insoweit auch keinerlei Beweis erbracht.

Der Kläger hat beim Landgericht beantragt zu erkennen:

I. Die Beklagte wird verurteilt, bei Meidung einer für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Geldstrafe in unbeschränkter Höhe oder Haftstrafe bis zu 6 Monaten, letztere zu vollziehen an ihrem Inhaber, Max H., es zu unterlassen:

1. im geschäftlichen Verkehr mit dem Angebot zu werben:
 - a) "Kochen heute" gibt's zu einem noch nie dagewesenen Preis: 8,05,
 - b) "Kochen heute" ist das Spitzenkochbuch unserer Zeit,
2. das Kochbuch "Kochen heute" ohne einen über das Impressum hinausgehenden, äußerlich sichtbaren Hinweis auf das Vorliegen einer Sonderausgabe anzubieten und/oder zu vertreiben,
3. den Verkauf des Kochbuchs "Kochen heute" zum Preis von 8,05 DM im Rahmen eines Weihnachtsangebotes vom Erwerb von 500 g Kaffee abhängig zu machen,
4. hilfsweise, das Kochbuch "Kochen heute" zusammen mit jeweils 500 g Kaffee zu einem Gesamtpreis anzubieten und/oder zu vertreiben, der weniger als ein Drittel desjenigen Preises ausmacht, zu dem die Originalausgabe des betreffenden Kochbuchs zuletzt im Sortimentsbuchhandel allein (55,-- DM) verkauft wurde.

II. - IV. (Kosten und Vollstreckbarkeit)

Die Beklagte hält ihr Vorgehen für **rechtmäßig**. Die **Zugabeverordnung** sei nicht anwendbar, weil die beiden gemeinsam vertriebenen Erzeugnisse nicht im Verhältnis von Haupt- und Nebenware stünden, sondern als eine Wareneinheit, als Vorschlag für ein Weihnachtsgeschenk anzusehen seien. Auch sei der Preis von 8,05 DM für das Buch kein Scheinentgelt, da dieser Preis den Einstandspreis überschreite. Dieser habe 6,59 DM pro Stück betragen. Der

günstige Einstandspreis sei möglich gewesen, weil wegen der noch vorhandenen Drucksätze die Druckkosten niedrig gelegen hätten und Vertriebskosten, Finanzierungskosten, Versandspesen und Handelsspannen gar nicht oder nur in geringem Maß angefallen seien. Der Verkaufspreis habe ihr, der Beklagten, nach Abzug der Mehrwertsteuer noch einen Gewinn von 1,04 DM, also von 12 % ermöglicht. Auch gegen § 1 UWG verstoße eine derartige Vertriebsmethode nicht. Kopplungsangebote seien im Kaffeehandel üblich und führten nicht zu untragbaren Belastungen für andere Marktteilnehmer. Der Reiz des Angebotes sei nicht derart, daß die Verbraucher zu unsachlichen Kaufentschlüssen veranlaßt würden. Der relativ hohe Buchpreis von 8,05 DM sei ausreichend gewesen, um unüberlegten Entscheidungen entgegenzuwirken. Daß eine gewisse Anreiz- und Lockwirkung gegeben sei, liege im Wesen des Kopplungsangebots und sei für sich allein nicht wettbewerbswidrig. Der Sortimentsbuchhandel schließlich könne keinen Schutz gegen Wettbewerbspreise verlangen, die kaufmännisch kalkuliert worden seien und sich lediglich aus einer günstigeren Kosten- und Vertriebsstruktur ergäben. Nicht beanstandet werden könne, daß das Buch "Kochen heute" als Spitzenkochbuch unserer Zeit bezeichnet worden sei. Es handele sich um ein Werturteil, das einer objektiven Nachprüfung nicht zugänglich sei, mithin nicht um eine Angabe im Sinne des § 3 UWG. Im übrigen sei es Sache des Klägers, Tatsachen vorzutragen und zu beweisen, die die Alleinstellungsbehauptung als unzulässig erscheinen lassen könnten.

Das Landgericht hat wie folgt erkannt:

- I. Die Beklagte wird verurteilt, bei Meidung einer für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Geldstrafe in unbeschränkter

- 7 -

Höhe oder Haftstrafe bis zu 6 Monaten,
letztere zu vollziehen an ihrem Inhaber,
Max H., es zu unterlassen:

1. im geschäftlichen Verkehr mit dem Angebot
zu werben:

"Kochen heute" gibt's zu einem noch nie
dagewesenen Preis: 8,05",

ohne das betreffende Kochbuch zu diesem
Preis unabhängig vom Erwerb von 500 g
Kaffee auch einzeln abzugeben,

2. das Kochbuch "Kochen heute" ohne einen über
das Impressum hinausgehenden, äußerlich
sichtbaren Hinweis auf das Vorliegen einer
Sonderausgabe anzubieten und/oder zu ver-
treiben,
3. den Verkauf des Kochbuchs "Kochen heute" zum
Preis von 8,05 DM im Rahmen eines Weihnachts-
angebotes vom Erwerb von 500 g Kaffee abhängig
zu machen.

II. Im übrigen wird die Klage abgewiesen.

III. und IV. (Kosten und Vollstreckbarkeit)

Mit der dagegen gerichteten Berufung hat die Beklagte
beantragt,

das Urteil des Landgerichts München I vom
30. Oktober 1974 in Ziff. I, III und IV
aufzuheben und die Klage in vollem Umfang
abzuweisen.

Der Kläger hat beantragt,

die Berufung der Beklagten zurückzuweisen
und im Wege der Anschlußberufung,

das Urteil des Landgerichts München I vom 30. Oktober 1974 in Ziffern II und III aufzuheben und mit der Maßgabe abzuändern, daß der Unterlassungsanspruch in Ziff. I 1) wie folgt lautet:

I. Der Beklagten wird bei Meidung von Ordnungsgeld bis zu 500.000,-- DM oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, letztere zu vollziehen an ihrem Inhaber, Max H., verboten,

1. im geschäftlichen Verkehr mit dem Angebot zu werben:

a) "Kochen heute" gibt's zu einem noch nie dagewesenen Preis: 8,05

ohne das betreffende Kochbuch zu diesem Preis unabhängig vom Erwerb von 500 g Kaffee **auch einzeln abzugeben;**

b) "Kochen heute" ist das Spitzenkochbuch unserer Zeit".

Das Oberlandesgericht hat wie folgt erkannt:

I. Auf die Berufung der Beklagten und die Anschlußberufung des Klägers wird das Urteil des Landgerichts München I vom 30. Oktober 1974 geändert und wie folgt neu gefaßt:

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 500.000,-- DM oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, letztere zu vollziehen an ihrem Inhaber, Max H., zu unterlassen:

1. im geschäftlichen Verkehr mit dem Angebot zu werben:

a) "Kochen heute" gibt's zu einem noch nie dagewesenen Preis: 8,05

ohne das betreffende Kochbuch zu diesem Preis unabhängig vom Erwerb von 500 g Kaffee auch einzeln abzugeben,

b) "Kochen heute" ist das Spitzenkochbuch unserer Zeit"

2. den Verkauf des Kochbuchs "Kochen heute" zum Preis von 8,05 DM im Rahmen eines Weihnachtsangebots vom Erwerb von 500 g Kaffee abhängig zu machen.

II. Im übrigen werden die Klage abgewiesen und die Berufung der Beklagten zurückgewiesen.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren auf vollständige Abweisung der Klage gerichteten Antrag weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen. Seine Anschlußrevision, mit der er zunächst seinen Antrag weiterverfolgte, der Beklagten zu verbieten, das Kochbuch ohne einen über das Impressum hinausgehenden, äußerlich sichtbaren Hinweis auf das Vorliegen einer Sonderausgabe zu vertreiben, hat der Kläger zurückgenommen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus, das Angebot der Beklagten und die dafür betriebene Werbung verstießen unter dem Gesichtspunkt des übertriebenen Anlockens gegen § 1 UWG. Das Angebot des Buches bilde im Hinblick auf Umfang, Qualität und Preisgestaltung einen besonders starken Anreiz. Auf diese besondere Vorteilhaftigkeit des Angebots sei in der Zeitschriften- und Rundfunkwerbung durch Wendungen wie "noch nie dagewesener Preis: 8,05", "T [REDACTED] großer Weihnachtsknüller" und "... das kostet doch mindestens 50 DM" unzweideutig hingewiesen worden. Im Hinblick auf

diese große Ersparnis werde das Publikum das Gesamtangebot annehmen, ohne sich hinsichtlich des Kaffees um dessen Preis und Qualität zu kümmern. Eine solche unsachliche Einflußnahme sei als unlauterer Wettbewerb zu beurteilen. Die für ein Unterlassungsurteil notwendige Wiederholungsgefahr könne nicht verneint werden, da die Beklagte eine solche Aktion jederzeit wiederholen könne. Die Werbebehauptung "... das Spitzenkochbuch unserer Zeit" verstoße gegen § 3 UWG. Sie enthalte eine Alleinstellungswerbung und sei nicht nur als Werturteil, sondern in ihrem sachlichen Kern als eine auf ihren Inhalt nachprüfbar und dem Beweis zugängliche Tatsachenbehauptung anzusehen. Denn es könnten Merkmale, wie Aufmachung, Umfang, Gestaltung, Güte und Exklusivität der Rezepte, die Kochschule und anderes mehr mit denen anderer Kochbücher verglichen werden. Die Werbebehauptung sei auch falsch. Denn das Buch "Kochen heute" sei nach diesen Kriterien anderen Kochbüchern nicht derart überlegen, daß es eine solche Alleinstellung verdiene, was im Berufungsurteil näher ausgeführt wird.

II. Die dagegen gerichtete Revision der Beklagten hat keinen Erfolg.

1. Hinsichtlich der Verurteilung zu Ziffern 1 a und 2 des Berufungsurteils hat das Oberlandesgericht nicht erörtert, worüber die Parteien in beiden Instanzen gestritten haben, ob das Angebot des Kochbuchs als Zugabe und der geforderte Preis von 8,05 DM nur als geringfügiges, offenbar bloß zum Schein verlangtes Entgelt im Sinne des § 1 Abs. 1 Satz 2 ZugabeVO anzusehen sei. Diese Prüfung kann auch im Revisionsverfahren nicht nachgeholt werden, weil es insoweit an tatsächlichen

Feststellungen darüber fehlt, ob der Buchpreis von 8,05 DM, wie die Beklagte behauptet, der Kläger aber bestreitet, den Einstandspreis deckt (vgl. BGHZ 34, 264, 268 - Einpfennig-Süßwaren; GRUR 1966, 214, 216 - Einführungsangebot; GRUR 1967, 530 - Fahrschule).

2. Einer Zurückverweisung bedarf es deshalb aber nicht, weil jedenfalls § 1 UWG die Verurteilung trägt. In der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist anerkannt, daß es wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden ist, wenn kaufmännisch kalkulierte Waren aus verschiedenen Branchen, die eine gewisse Gebrauchsnähe aufweisen, mit je eigenem Preis in der Weise angeboten werden, daß eine Ware nicht ohne gleichzeitige Abnahme der Anderen erworben werden kann, es sei denn, daß im Einzelfall besondere erschwerende Umstände hinzukommen (BGH GRUR 1962, 415, 417 - Glockenpackung). Solche besonderen erschwerenden Umstände liegen jedoch, wie der Senat kürzlich in seinem nach Erlaß des Berufungsurteils in einer anderen Sache ergangenen Urteil vom 4. Juli 1975 (BGHZ 65, 68 - Vorspannangebot) ausgesprochen hat, in aller Regel in den Fällen sogenannter branchenfremder Vorspannangebote vor, weshalb diese grundsätzlich als unzulässig zu behandeln sind. Diese Werbemethode besteht darin, daß neben einer marktüblich angebotenen Hauptware eine andere Ware, die meist betriebs- oder branchenfremd ist, zu einem besonders günstig erscheinenden Preis angeboten, jedoch nicht ohne die Hauptware abgegeben wird. Der Kaufanreiz geht dabei in erster Linie von der Nebenware aus und die Hauptware wird zumeist ohne nähere Prüfung und ohne die übliche Abwägung gegenüber Waren, die mit dieser konkurrieren, mitgekauft.

Eine solche Werbemethode widerspricht den Grundsätzen des Leistungswettbewerbs und der Funktion des Verbrauchers im Rahmen dieser Ordnung (BGH aaO S. 71 f).

Diese Grundsätze sind auch auf den vorliegenden Fall anzuwenden. Zwar weist dieser insofern eine Besonderheit auf, als der Preis des Kochbuchs höher liegt als der des Kaffees (sog. kopflastiges Vorspannangebot). Das steht aber der rechtlichen Einordnung des Kochbuchs als Vorspannware nicht entgegen. Maßgebend ist insoweit die Verkehrsauffassung. Dabei kann der Revision eingeräumt werden, daß, wie sie geltend macht, bei dieser Aktion für den Verbraucher weithin das Interesse am Erwerb des Kochbuchs im Vordergrund gestanden habe, während ihm Preis und Qualität des Kaffees nebensächlich gewesen sei. Daraus kann aber nicht geschlossen werden, wie die Revision will, daß das Kochbuchangebot aus diesem Grund nicht als Vorspann-Werbung für Kaffee verstanden wurde. Ob eine Ware und welche als Vorspann anzusehen ist, beurteilt der Verkehr nicht nach dem Wertverhältnis der gekoppelten Waren. Vielmehr orientiert er sich in der Regel am üblichen Sortiment des Werbenden. Bei einem Kaffee-Vertriebsunternehmen wie dem der Beklagten geht der Verkehr regelmäßig davon aus, daß die ständig vertriebene Ware Kaffee derjenige Artikel ist, dessen Absatz der Unternehmer fördern will. Werden andere Artikel mit dem Absatz von Kaffee gekoppelt, so wird dies regelmäßig als eine Werbemaßnahme aufgefaßt, die dem Absatz des Kaffees dient. Das zeigt sich dem Interessenten schon darin, daß er zwar Kaffee ohne den Vorspannartikel erwerben kann, nicht aber umgekehrt. Dieser Eindruck wird auch, gerade von der Beklagten, dadurch verfestigt, daß sie, wie gerichtsbekannt, in immer neuen kurzfristigen Aktionen stets andere Artikel mit Kaffee gekoppelt ange-

boten hat. An diesem Eindruck ändert sich auch nichts, wenn im Einzelfall eine **ausschließlich zusammen** mit Kaffee verkaufte Ware zu höherem Preis angeboten wird als der Kaffee oder wenn sie einen erheblich höheren Verkehrswert hat. Der Eindruck einer Verkaufsförderungsmaßnahme für Kaffee wird dadurch nicht behoben. Ohne Rechtsfehler ist es deshalb, wenn das Berufungsgericht trotz des ungewöhnlichen Wertverhältnisses das Angebot des Kochbuchs als **Werbevorspann zur Förderung des Kaffeeabsatzes** angesehen hat.

Die Revision will das Kochbuch auch deshalb nicht als Vorspannangebot beurteilt wissen, weil Kaffee und Kochbuch als eine Verkaufseinheit, als Idee für ein Weihnachtsgeschenk, angeboten worden seien. Auch damit kann sie nicht durchdringen. Allerdings **scheidet die Annahme** eines Vorspannangebotes aus, wenn die im Absatz gekoppelten Waren als eine Wareneinheit aufgefaßt werden. Dies ist im Bereich des Zugaberechts allgemein anerkannt, insbesondere auch für typische Geschenkpackungen (vgl. Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 11. Aufl. § 1 ZugabeVO Anm. 3, 79 m.w.N.) und kann bei der Frage, ob ein Vorspannangebot vorliegt, nicht anders beurteilt werden. Daß der Kaufentschluß aber, wie die Revision meint, im Streitfall in diesem Sinne weder allein durch das Kochbuch, noch allein durch den Kaffee ausgelöst worden sei, sondern durch den Reiz, eine von vielen Verbrauchern als geschmackvoll empfundene **Zusammenstellung** von Buch und Kaffee erwerben und **zusammen verschenken** zu können, steht im Widerspruch zu der Feststellung des Berufungsgerichts, daß der angesprochene Käuferkreis sich praktisch allein durch das Angebot des Kochbuches habe zum Kauf bestimmen lassen. Zumindest für einen nicht unerheblichen Teil des Verkehrs schließt

diese Feststellung die Annahme aus, das Angebot werde als Wareneinheit in dem von der Revision in Anspruch genommenen Sinne aufgefaßt.

Ohne Erfolg bekämpft die Revision auch die Einordnung eines Kochbuches als im Rahmen des Röstkaffeevertriebs betriebs- und branchenfremd. Die Revision meint insoweit, die Zusammenstellung als Vorschlag für ein Weihnachtspräsent bewirke eine gewisse sinnvolle Gebrauchsnähe. Es ist zwar richtig, daß eine gewisse Gebrauchsnähe, wie sie z. B. beim gekoppelten Verkauf von Tee und einer Japanteetasse angenommen worden ist (GRUR 1962, 415 - Glockenpackung), dem Eindruck entgegenstehen kann, es handele sich um ein Vorspannangebot. Eine solche Gebrauchsnähe wird aber in der Regel nicht schon dadurch herbeigeführt, daß Erzeugnisse verschiedener Branchen, die regelmäßig über verschiedene Absatzwege vertrieben werden und deren Kopplung nicht ohne weiteres als sachgerecht einleuchtet, formal dadurch in Beziehung gesetzt werden, daß man sie lose verbindet und in dieser Zusammenfassung als Geschenk-vorschlag bezeichnet. Auch das für die Annahme eines unzulässigen Vorspannangebotes erforderliche Merkmal des Eindrucks besonderer Preisgünstigkeit hat das **Berufungsgericht** rechtsfehlerfrei **festgestellt**. Der Preis von **8,05 DM** für ein Buch solchen **Umfanges** und solcher Ausstattung mußte als ganz besonders günstig und wie der Absatzerfolg zeigt, als geradezu sensationell erscheinen, selbst wenn der Buchhandelspreis von 55,-- DM nicht allgemein bekannt gewesen sein sollte. Da überdies nach dem Akteninhalt davon ausgegangen werden muß, daß die Beklagte in etwa dreieinhalb Wochen ca. 800.000 Bücher im Rahmen dieses Angebots abgesetzt hat, bedarf

es dazu keiner weiteren Belege.

Wie der Senat in seinem Urteil vom 4. Juli 1975 (aaO Vorspannangebot) ausgeführt hat, schließt die grundsätzliche Unzulässigkeit von Vorspannangeboten es nicht aus, daß im Einzelfall Tatsachen vorliegen können, die ausnahmsweise solche Angebote noch als zulässig erscheinen lassen. Derartige Umstände sind aber im Streitfall nicht ersichtlich. Dabei kann dahingestellt bleiben, ob, wie die Revision meint, das Buchangebot zu diesem Preis unter gleichen Umständen "eindeutig zulässig" wäre, wenn nur die Kopplung entfielen; denn das ist nicht Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits.

III. Klageantrag 1 b):

Die Revision greift das Berufungsurteil auch insoweit an, als es die Beklagte aus dem Gesichtspunkt des § 3 UWG zur Unterlassung der Werbebehauptung verurteilt hat "Kochen heute' ist das Spitzenkochbuch unserer Zeit". Das Berufungsgericht hat diese Formulierung als eine im Kern nachprüfbare Tatsachenbehauptung, also als eine Angabe im Sinne des § 3 UWG angesehen. Das greift die Revision - zu Recht - nicht an. Dagegen wendet sie sich gegen die Feststellung des Berufungsgerichts, diese Angabe sei irreführend. Dazu hatte das Berufungsgericht in tatsächlicher Hinsicht festgestellt, durch den bestimmten Artikel "das" und die Bezeichnung "Spitzenkochbuch" werde der Eindruck hervorgerufen, dies sei - in Alleinstellung - das beste Kochbuch unserer Zeit, es werde von keinem anderen erreicht, Unrichtig sei dies, weil das Kochbuch in Gestaltung und Umfang, in der Rezeptauswahl, den Rezeptvorschlägen usw. anderen Kochbüchern keinesfalls derart überlegen sei, daß es die in

Anspruch genommmene Spitzenstellung rechtfertige - was im einzelnen ausgeführt wird. Die Revision rügt dazu, es sei nicht erkennbar gemacht worden, daß und welche anderen marktgängigen Kochbücher dem Berufungsgericht in der mündlichen Verhandlung zum Vergleich vorgelegen hätten. Auf dieser Grundlage habe das Berufungsgericht seine Feststellung nicht treffen dürfen. Dieser Angriff hat keinen Erfolg. Das Berufungsgericht hat offenbar den Anspruch "Das Spitzenkochbuch unserer Zeit" ohne Vergleich mit bestimmten anderen marktgängigen Kochbüchern verneint. Das kann nach den besonderen Umständen des Falles deshalb nicht als rechtsfehlerhaft angesehen werden, weil die Behauptung "Das Spitzenkochbuch unserer Zeit" im Hinblick auf den geographisch und zeitlich weit ausholenden Zusatz "unserer Zeit" nach Ansicht des Berufungsgerichts offenbar auf einen so großen Abstand von anderen Kochbüchern hinweist, daß diese Alleinstellung sich bereits aus Inhalt und Gestaltung des Buches selbst als evident erweisen muß, ohne daß es der Heranziehung bestimmter Vergleichsobjekte und einer Gegenüberstellung einzelner Vor- und Nachteile verschiedener Kochbücher bedarf. Von diesem unter den besonderen Umständen des Falles vertretbaren Ausgangspunkt durfte das Berufungsgericht seine Überzeugung unter Heranziehung seiner Lebenserfahrung auch ohne konkrete Vergleichsobjekte durch eingehende Würdigung nach den für die Beurteilung der Qualität eines Kochbuchs maßgeblichen Kriterien bilden. Die dazu angestellten Erwägungen sind hinreichend, um die Verneinung der Berechtigung einer so weitgehenden Alleinstellung ohne Rechtsfehler zu begründen, sie stehen insbesondere nicht im Widerspruch zu dem, was das zu den Akten gereichte Exemplar des Kochbuches ausweist.

- 17 -

Die Revision war danach zurückzuweisen. Die
Kostenentscheidung folgt aus §§ 92, 271 III ZPO.

Krüger-Nieland

Alff

Merkel

Schönberg

v. Gamm