

I ZR 152/54

V e r k ü n d e t
am 22. Juni 1956

Grunau, Justizobersekretär
als Urkundsbeamter der Ge-
schäftsstelle

I m N a m e n d e s V o l k e s

In dem Rechtsstreit

der Innung des Bekleidungshandwerks H [REDACTED], H [REDACTED],
H [REDACTED],

Klägerin und Revisions-
klägerin,

Prozeßbevollmächtigter:

Rechtsanwalt Prof. Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma Textilmanufaktur E [REDACTED] GmbH, vertreten
durch den Geschäftsführer Kurt A. U [REDACTED], H [REDACTED]
[REDACTED] W [REDACTED]-Str. [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter:

Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 22. Juni 1956 unter Mitwirkung
der Bundesrichter Dr. h.c. Wilde, Dr. Birnbach, Dr. Bock,
Dr. Weiß und Dr. Nörr

für Recht erkannt:

Die Revision der Klägerin gegen das Urteil des
5. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesge-
richts zu Hamburg vom 14. Juli 1954 wird auf
Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte vertreibt Fertigkleidung, die sie durch Zwischenmeister herstellen läßt. Sie verteilte im Dezember 1953 durch Postwurfsendungen einen Werbezettell, der auf der linken Seite das Bild eines Damenwintermantels mit der auffälligen Überschrift "Einmaliges Weihnachtsangebot" zeigt. Der daneben stehende Text lautet:

"Diesen Damen-Wintermantel "Modell Christa": hergestellt aus bestem Mantelstoff und prima Futterstoffen, liefern wir Ihnen - so lange Vorrat reicht - zum Preise von DM 85,- in den Farben Schwarz, Grün und Braun. Sollten wir am Lager kein Ihnen genau passendes Stück vorrätig haben, so fertigen wir für Sie den Wintermantel in kürzester Frist nach Maß an. Falls Sie nicht in der Lage sind, den gesamten Betrag sofort beim Kauf zu zahlen, so sind wir bereit, Ihnen den Mantel gegen eine Anzahlung von DM 39.- und zwei Raten von je DM 25.-, fällig in vier bzw. acht Wochen nach Empfang des Mantels, sofort auszuhandigen.

Besuchen Sie uns in unserer Fabrik, W [REDACTED]-Str. [REDACTED], Ecke O [REDACTED] (erreichbar mit Linie 3). Da wir auch viele andere Artikel führen, wird sich Ihr Besuch bestimmt lohnen. Wir sind auch gern bereit, Sie zu besuchen und Ihnen den Mantel völlig unverbindlich und kostenlos vorzuführen (Ruf 283144).

Mit freundlichen Grüßen

Textilmanufaktur E [REDACTED] GmbH".

Der Prospekt trägt am Kopf in größerer Schrift die Firma der Klägerin "Textilmanufaktur E [REDACTED] GmbH" mit der Anschrift, sowie ein Firmenzeichen "E [REDACTED]-Kleidung".

Die Klägerin erblickt in der Verwendung des Satzes "Wir fertigen den Wintermantel nach Maß an" eine unlautere, irreführende Werbung (§§ 1, 3 UnlWG). Sie meint, die Verwendung der Worte "nach Maß" in Verbindung mit der Herstellung von Kleidungsstücken sei nach den bei den be-

teiligten Gewerbekreisen allgemein eingeführten Bräuchen der handwerklichen Herstellung vorbehalten. Die Beklagte fertige ihre Kleidung aber nicht handwerksmäßig, sondern, wie sie selbst in ihrer Reklame betone, in ihrer Fabrik an. Bei der fabrikmäßigen Herstellung würden in größerem Umfange Maschinen verwendet; dadurch sei die Arbeit weniger individuell und nach allgemeiner Anschauung der beteiligten Gewerbekreise der handwerklichen wertmäßig nicht gleich.

Die Klägerin bezieht sich zur Begründung ihrer Auffassung auf die im Jahre 1950 zwischen dem Hauptverband des Deutschen Textileinzelhandels und der Arbeitsgemeinschaft des Bekleidungshandwerks vereinbarten Wettbewerbsgrundsätze, deren hier wesentliche Teile lauten:

- "1. Die Werbung mit folgenden Worten, Begriffen und Sätzen ist ausschließlich dem Schneiderhandwerk bzw. den Inhabern von Maßgeschäften oder Maßabteilungen mit handwerklicher Fertigung vorbehalten:
 - a) Maßanzug oder Maßanzüge
 - b) Maßbekleidung
 - c) Maßanfertigung
 - d) Maßarbeit.
2. Soweit von dem Deutschen Einzelhandel Konfektion (Fertigkleidung) verkauft wird, hat die Werbung dafür nach folgenden Worten, Begriffen oder Sätzen zu erfolgen:
 - a) Maßkonfektion
 - b) Konfektion oder Fertigkleidung nach Maß (mit oder ohne Anprobe)
 - c) Wir lassen nach Ihren Maßen konfektionieren
 - d) Wir lassen nach Ihren Größen herstellen,wobei die in den Buchstaben a) - d) genannten Formulierungen für Werbungszwecke auch miteinander verbunden werden können".

Mit der Klage verlangt die Klägerin von der Beklagten, es zu unterlassen, eine Werbung für die von ihr hergestellten Damenmäntel mit den Worten zu betreiben:



"Wir fertigen für Sie den Wintermantel nach Maß an".

Die Beklagte bestreitet, eine unzulässige Werbung betrieben zu haben, und trägt vor, der beanstandete Prospekt zeige auf den ersten Blick, daß die Beklagte nicht handwerksmäßige Maßarbeit, sondern eine fabrikmäßige Konfektion nach Maß angeboten habe. Niemand könne aus dem Prospekt entnehmen, daß die hilfsweise angebotene Anfertigung nach Maß etwa eine handwerksmäßige Maßarbeit im landläufigen Sinne habe sein sollen (individuelle Anfertigung, Verarbeitung und Ausstattung nach den Wünschen des Kunden). Die Beklagte habe nur darauf hingewiesen, daß sie den Mantel auch als Konfektionsbekleidung nach Maß herstelle.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen. Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihren Unterlassungsanspruch weiter. Die Beklagte bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

Das Berufungsgericht kommt entgegen der Auffassung des Landgerichts zu dem Ergebnis, daß der von der Klägerin beanstandete Prospekt der Beklagten nicht geeignet sei, den Anschein hervorzurufen, daß die Beklagte eine handwerkliche Fertigung anbiete. Als unzutreffend bezeichnet das Berufungsgericht die Klagebehauptung, die Verwendung der Worte "nach Maß" in der Verbindung mit der Herstellung von Kleidungsstücken sei nach den bei den beteiligten Gewerbekreisen allgemein eingeführten Bräuchen eine Bezeichnung, die der handwerk-

lichen Herstellung vorbehalten sei. Unter Ziff 2 b der Wettbewerbsgrundsätze, die im Jahre 1950 zwischen den Spitzenverbänden des Textileinzelhandels und des Schneiderhandwerks festgelegt worden seien, seien die Worte "nach Maß" in gewissen Verbindungen ausdrücklich auch bei der Werbung für Konfektionskleidung zugelassen worden. Die Worte "nach Maß" ließen sich auch nicht für das Schneiderhandwerk monopolisieren; denn es stehe auch dem fabrikmäßigen Betriebe frei, bei den Kunden Maß zu nehmen und danach Kleidung anzufertigen. Wenn diese Leistung angeboten werden solle, so lasse sich die Verwendung der Worte "nach Maß" oder eines gleichlautenden Ausdrucks nicht vermeiden. Der wesentliche Unterschied zwischen der handwerksmäßigen und der fabrikmäßigen Kleidung liege, wie zwischen den Parteien unstreitig sei, nicht darin, daß bei den Kunden Maß genommen werde; sondern in der Ausführung im einzelnen, die beim Handwerksbetrieb individuell und von Fachkräften, bei der Konfektion dagegen unter weitgehender Typisierung und mit stärkerem Maschineneinsatz durchgeführt werde. Eine irreführende Werbung der Beklagten würde nur dann vorliegen, wenn ihr Prospekt den unrichtigen Eindruck hervorriefe, sie wolle in dem Falle, daß einer ihrer fertigen Mängel nicht passen sollte, dem Kunden nicht nur das Maß nehmen und einen passenden Mantel anfertigen, sondern darüber hinaus diese Herstellung in handwerksmäßiger Qualität durchführen, also zum gleichen Preise, den sie für ihre fertigen Mäntel berechne, ein sehr viel wertvolleres handwerksmäßig gefertigtes Einzelstück liefern. Etwas derartiges könne aus dem Prospekt aber nicht herausgelesen werden. Die Beklagte versuche in keiner Weise, sich als Handwerksbetrieb hinzustellen. In ihrer Firma, die oben und unten im Prospekt deutlich angegeben worden sei, sowie in dem

Hinweis auf ihre Fabrik liege die eindeutige Erklärung, daß Fabrikarbeit geliefert werden solle. Die Fertigungskleidung stehe im Mittelpunkt der Werbung. Das Angebot, einen Mantel nach Maß anzufertigen, werde nur hilfsweise für den Fall gemacht, daß einer der fertigen Mängel nicht passen sollte. Daß es sich dabei um eine irgendwie bessere Ausführung handeln sollte, werde weder gesagt noch könne dies vom Publikum angenommen werden, da der Preis der gleiche sei wie bei einem Fertigmantel. Der offensichtliche Sinn des Werbeangebots sei, diejenigen Personen, die eine ungewöhnliche Figur hätten und daher Fertigungskleidung nicht kaufen könnten, anzulocken und ihnen einen passenden, im übrigen aber qualitätsmäßig der sonstigen Fertigungskleidung entsprechenden Mantel anzubieten. Etwas anderes könne weder der sorgfältige noch der flüchtige Leser dem Prospekt entnehmen.

Diese im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet liegende Würdigung des beanstandeten Prospekts läßt keinen Rechtsverstoß erkennen. Die Angriffe der Revision sind nicht gerechtfertigt.

Wird für die Herstellung von Maßkonfektion (Fertigungskleidung) mit den Worten geworben, daß die Kleidung "nach Maß angefertigt" werde, so stellt dies an sich eine nach §§ 1, 3 UnlWG unzulässige Werbung dar; denn der Gebrauch dieser Worte für sich allein ist zumindest mehrdeutig und wird von einem nicht beachtlichen Teil des Publikums dahin verstanden, daß handwerkliche Schneiderarbeit angeboten wird. Deshalb darf auch der von der Klägerin beanstandete Satz, der den Gegenstand der Unterlassungsklage bildet, ohne eine deutliche Ergänzung oder Erläuterung nicht benutzt werden, wenn keine handwerklich gefertigte Arbeit, sondern Maßkonfektion angeboten werden soll. Wird der Satz als

sogenannte Blickfangreklame durch besonders auffälligen Druck oder in anderer Weise herausgestellt, so daß der Leser auf den ersten Blick annehmen kann, es handele sich um das Angebot handwerklicher "Maßanfertigung", so wäre eine solche Werbung nach den von der Rechtsprechung entwickelten Rechtsgrundsätzen auch dann unzulässig, wenn das aufmerksame Lesen des gesamten Werbetextes klarstellen würde, daß es sich in Wirklichkeit um Maßkonfektion handelt (vgl. Reimer, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht 3. Aufl. Teil IV 86, Kap. Anm. 4 S. 599). Die unter diesem rechtlichen Gesichtspunkt gegen das angefochtene Urteil erhobene Rüge der Revision konnte jedoch keinen Erfolg haben. Die Worte des Satzteils "..., so fertigen wir für Sie den Wintermantel in kürzester Frist nach Maß an", sind zwar durch Fettdruck hervorgehoben; auch sind die Worte "nach Maß" rot unterstrichen. Trotzdem kann dieser Satzteil nach der sonstigen Aufmachung des Prospekts nicht unter dem Gesichtspunkt der "Blickfangreklame" gewertet werden; denn andere Teile des Prospekts sind durch Anordnung des Satzes, Wahl der Typenart und -größen und Rotbuchstaben noch stärker oder zumindest gleich stark hervorgehoben. Aus dem Zusammenhang des beanstandeten Satzes mit dem übrigen Inhalt des Prospekts ergibt sich, wie das Berufungsgericht ohne Rechtsverstoß dargelegt hat, daß auch der "flüchtige" Beschauer des Prospekts nicht auf den Gedanken kommen kann, die Beklagte werde ihm einen handwerksmäßig gefertigten Schneidermantel liefern. Das Berufungsgericht ist also ersichtlich der Auffassung, daß jede Mehrdeutigkeit, die sich aus einer isolierten Betrachtung des beanstandeten Satzes ergeben könnte, durch den übrigen Inhalt des Prospekts beseitigt werde, der eindeutig erkennen lasse, daß ein reines Konfektionsangebot vorliege. Das kann nicht als rechtsirrig angesehen werden. Zu einer solchen Klar-

stellung würde allerdings die im letzten Absatz des Prospekts enthaltene Aufforderung zum Besuch der "Fabrik" der Beklagten für sich allein noch nicht ausreichen. Soweit das Berufungsgericht auf diesen Satz in der Urteilsbegründung hinweist, kann hierin nach dem ganzen Zusammenhang der Gründe aber kein Rechtsfehler erblickt werden; denn für die getroffenen Feststellungen kann dieser Hinweis nur als eine zusätzliche Erwägung angesehen werden, der für die Gesamtwürdigung des Prospekts keinerlei entscheidende Bedeutung beigemessen worden ist.

Auch die Revision verkennt nicht, daß sich seit der Entscheidung des Reichsgerichts vom 30. September 1930 (MuW 1930, 563 = JW 1931, 457 Nr 36 mit Anmerkung von Callmann) der Begriff der Maßkonfektion oder der Fertigungskleidung "nach Maß" im allgemeinen Bewußtsein des Letztverbrauchers eingebürgert habe (vgl hierzu auch OLG Naumburg Urt. v. 16. April 1928 in MuW 1929, 513 = JW 1928, 2102 Nr 9 mit Anmerkung von Wassermann; LG Leipzig, Urt. v. 19. Juli 1928 in MuW 1929, 514). Es ist aber nicht richtig, wenn die Revision meint, gerade dieser Umstand könne die Gefahr einer Irreführung begünstigen. Da in dem Prospekt der Beklagten ganz eindeutig nur für einen Konfektionsmantel geworden wird, trägt im Gegenteil gerade die Kenntnis, die die mit dem Prospekt angesprochenen Kreise des Publikums ganz allgemein von dem Wesen und dem Begriff der Maßkonfektion besitzen, in diesem Zusammenhang entscheidend dazu bei, Mißdeutungen des Hinweises auf eine hilfsweise Anfertigung "nach Maß" auszuschließen. Es ist auch nicht richtig, wenn die Revision meint, daß die im Prospekt der Beklagten gewählte Formulierung "auf eine individuelle Berücksichtigung besonderer Wünsche durch Maßarbeit hinweise". Das Angebot der Beklagten, "hilfsweise" den

Damenmantel "Modell Christa" auch "nach Maß" herzustellen, ist, wie das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei feststellt, nicht geeignet, den Eindruck hervorzurufen, ein solcher "nach Maß" herzustellender Mantel sei qualitätsmäßig anders und besser zu bewerten als die am Lager vorrätigen Konfektionsmäntel. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts kann auch der flüchtige Durchschnittsleser des Prospekts nicht den Eindruck gewinnen, daß hier "Maßarbeit" im Sinne von handwerksmäßiger Schneiderarbeit mit individueller Berücksichtigung irgendwelcher besonderen Wünsche angeboten werde und daß in dem durch die Firma "Textilmanufaktur E. [REDACTED] GmbH" deutlich gekennzeichneten Konfektionsunternehmen der Klägerin außer der "Fertigkleidung" in einer besonderen "Maßabteilung" auch wertvollere Einzelstücke in besserer handwerklicher Ausführung - zu demselben Preise - hergestellt würden. Aus dem Angebot einer Anfertigung "nach Maß" konnte unter den gegebenen Umständen auch ein oberflächlicher Durchschnittsleser nur entnehmen, daß durch dieses Angebot solche Personen interessiert werden sollten, die sonst aus dem Vorrat der üblichen Konfektionsgrößen nicht mit einem passenden Mantel würden bedient werden können. Nur wenn bei einem nicht völlig unerheblichen Teil des angesprochenen Publikums der Eindruck hätte erweckt werden können, die Beklagte biete in diesen Fällen nicht nur der Figur entsprechende, passende Konfektionsmäntel, sondern handwerklich gefertigte, wertvollere Schneidermäntel an, würde eine Irreführung des Publikums im Sinne des § 3 UnlWG vorliegen. Da die rechtsfehlerfreie Würdigung des Sachverhalts durch das Berufungsgericht eine solche Möglichkeit

aber ausschließt, mußte der Revision mit der Kostenfolge
aus § 97 ZPO der Erfolg versagt bleiben.

Wilde

Birnbach

Bock

Weiss

Nörr