

Nachschlagewerk: ja  
Amtliche Sammlung: ja

2427 095

Stichwort: Gründerbildnis.

BGB § 852, UWG § 21

Die Verjährung von Schadensersatzansprüchen aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb richtet sich auch dann nach der Sonderregelung des § 21 UWG, wenn die zum Schadensersatz verpflichtende Handlung zugleich einen schuldhaften Eingriff in das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb darstellt.

BGH, Urt. v. 22. Dezember 1961 - I ZR 152/59 - OLG Stuttgart

Verkündet  
am 22. Dezember 1961  
Grunau, Justizhauptsekretär  
als Urkundsbeamter der Geschäfts-  
stelle

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

In dem Rechtsstreit

der Firma Matheus M [REDACTED] KG a.A., E [REDACTED]  
Sektkellerei,

Beklagten, Revisionsklägerin  
und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma Sektkellerei G.C. K [REDACTED] & Co., Inh. Dr. Günther  
W [REDACTED] und Friedrich W [REDACTED], E [REDACTED], M [REDACTED]

Klägerin, Revisionsbeklagte  
und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die münd-  
liche Verhandlung vom 5. Dezember 1961 unter Mitwirkung des  
Senatspräsidenten Prof. Dr. h.c. Wilde und der Bundesrichter  
Dr. Spreng, Dr. Löscher, Pehle und Claßen

für Recht erkannt:

Auf die Revisionen beider Parteien wird unter Zu-  
rückweisung der Rechtsmittel im übrigen das Urteil des  
1. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Stuttgart vom  
11. November 1959 teilweise aufgehoben und insgesamt  
wie folgt neu gefaßt:

- 1) Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung der ge-  
setzlich zulässigen Geld- oder Haftstrafe für jeden  
Fall der Zuwiderhandlung zu unterlassen, im geschäft-  
lichen Verkehr bei der Werbung für Sekt

- 2 -

- a) die Angabe "Seit 1811 Matheus M - E  
Seit 1811",
- b) ein Flaschenhalsetikett, das in der Mitte ein  
Männerbildnis und darunter die Aufschrift  
"Matheus M 1773-1847" enthält,
- zu verwenden oder verwenden zu lassen, ohne besonders zum  
Ausdruck zu bringen, daß die Zahl 1811 nur das Jahr ihrer  
Gründung, die Zahlen 1773-1847 nur die Lebensdaten ihres  
Gründers, nicht aber den Beginn der gewerbsmäßigen Herstel-  
lung von Sekt bezeichnen.
- 2) Es wird festgestellt, daß die Beklagte verpflichtet ist,  
der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der ihr durch die  
in Ziffer 1 untersagten Handlungen seit dem 30. Juni 1957  
entstanden ist und noch entstehen wird.
- 3) Die Beklagte wird verurteilt, der Klägerin Auskunft dar-  
über zu erteilen, in welchem Umfange sie Verletzungshand-  
lungen der in Ziffer 1, Buchstabe a, bezeichneten Art  
seit dem 30. Juni 1957 begangen hat.
- 4) Im übrigen wird die Klage abgewiesen.
- 5) Die Klägerin hat 1/6, die Beklagte 5/6 der Kosten aller  
Rechtszüge zu tragen.

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 Parteien stehen bei der Herstellung und dem Vertriebe von Sekt im Wettbewerb. Die Klägerin stellt seit 1826 Sekt her und bezeichnet sich in ihrer Werbung als älteste deutsche Sektkellerei. Die Beklagte, die 1811 gegründet ist, hat zunächst nur den Weinhandel betrieben, dann auch die Sektherstellung; seit über 40 Jahren ist sie nur noch Sektkellerei-Unternehmen. Wann der Gründer der Beklagten, Matheus M., mit der Sektherstellung begonnen hat, ist nicht festgestellt; die Klägerin behauptet, nicht vor 1845, die Beklagte dagegen, spätestens 1842, höchstwahrscheinlich aber schon 1832.

Die Beklagte hebt in ihrer Werbung für Sekt das Jahr 1811 hervor; vornehmlich wirbt sie dabei mit einem Inserat, das unter dem Werbespruch "Der große deutsche Sekt MM" das Rückenbild einer sitzenden, ein Sektglas in die Höhe haltenden Frau zeigt und am unteren Rande die Angabe enthält: "Seit 1811 Matheus M. - E. Seit 1811". Außerdem verwendet die Beklagte ein auch als Warenzeichen eingetragenes Sektflaschenetikett, das in der Mitte ein Männerbildnis zeigt und darunter eine Inschrift mit den Lebensdaten ihres Gründer trägt: "Matheus M. 1773 - 1847".

Die Beklagte verwendet diese beiden Werbehinweise seit Jahrzehnten; anknüpfend an das Jahr 1811 hat sie früher die Werbeschlagworte "Über 125 Jahre!" und "Über 140 Jahre" benutzt und etwa 1953 in einem Werbeblatt ein Bild der Stadt E. aus dem Jahre 1811 mit dem Beifügen wiedergegeben, in dieser langen Spanne von 140 Jahren sei die ständig gleichbleibende Methode der Herstellung der MM-Schaumweine in dem altbewährten Flaschengärverfahren unverändert geblieben. Auf Abmahnung der Klägerin vom 15. Februar 1954 hat die Beklagte erklärt, dieses Werbeblatt sei vergriffen, in einer Neuauflage werde der wiedergegebene Text nicht mehr verwendet werden.

Die Klägerin erblickt in der Bezugnahme auf das Jahr 1811 und in der Wiedergabe des Gründerbildnisses mit den Lebensdaten einen Verstoß der Beklagten gegen §§ 1 und 3 UWG, 823 ff BGB. Sie hat deshalb beantragt,

- I. der Beklagten zu verbieten, im geschäftlichen Verkehr mit Sekt, im besonderen beim Angebot, bei der Werbung, bei der Flaschenausstattung und überhaupt bei der Ausstattung ihrer Sekterzeugnisse oder warenzeichenmäßig für ihren Sekt die Altersangabe "Seit 1811" zu verwenden oder verwenden zu lassen oder sonst nach Wort und Sinn, wie zum Beispiel durch Bezugnahme auf das Jahr 1811 oder auf das Ereignis der Gründung ihres Unternehmens als Weinhandlung oder durch die Verwendung der Angabe "1773 - 1847", den Eindruck zu erwecken oder erwecken zu lassen, als ob sie die gewerbsmäßige Sektherstellung bereits vor oder seit 1811 oder seit Gründung ihres Unternehmens als Weinhandlung betreibe;
- II. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der ihr durch Handlungen der Beklagten entgegen Ziff. I seit 1. Januar 1955 entstanden ist und noch entstehen wird;
- III. die Beklagte zu verurteilen, die in ihrem Werbematerial und auf ihren Geschäftsbogen, sowie auf dem Verpackungsmaterial und bei der Flaschenausstattung ihrer Sekterzeugnisse enthaltenen Angaben, die zur Verwendung im Geschäftsverkehr bestimmt sind, vor Verwendung im Geschäftsverkehr unkenntlich zu machen, soweit diese Angaben nach Ziff. I zu beanstanden sind;
- IV. die Beklagte zu verurteilen, im Rahmen ihrer Verurteilung der Klägerin Auskunft zu erteilen, in welchem Umfang sie Handlungen entgegen Ziff. I begangen hat unter Angabe der hierdurch erzielten Umsätze und hierüber Rechnung zu legen;

ferner hilfsweise zu dem Antrag IV,

die Beklagte zu verurteilen, der Klägerin Auskunft zu erteilen, in welchem Umfang sie Handlungen entgegen Ziff. I seit 1. Januar 1955 begangen hat unter Angabe der hierdurch erzielten Umsätze und hierüber Rechnung zu legen.

Die Beklagte hat Abweisung der Klage beantragt und geltend gemacht, der von ihr gebrachte Hinweis werde vom Publikum auf das Jahr der Gründung des Unternehmens und nicht auf den Beginn der Herstellung einer bestimmten Ware bezogen; das Publikum mache im übrigen auch keinen Unterschied zwischen dem von ihrem Unternehmen anfangs allein betriebenen Weinhandel und der Sektherstellung; mindestens sei aber ein Zeitunterschied von nur wenigen Jahren ohne jede Bedeutung für die Beurteilung der Geschäftserfahrung beider Unternehmen. Außerdem habe die Klägerin die beanstandete Werbung schon seit Jahrzehnten gekannt, hingenommen und dadurch anfänglich etwa begründet gewesene Ansprüche jedenfalls verwirkt. Gegenüber dem Schadensersatzanspruch hat die Beklagte ferner den Einwand des mitwirkenden Verschuldens und die Einrede der Verjährung erhoben; sie hat schließlich die Fassung des Unterlassungsantrages als unzulässig verallgemeinernd gerügt, für den Antrag auf Unkenntlichmachung das Rechtsschutzbedürfnis bestritten und gegenüber dem Auskunftsanspruch geltend gemacht, es sei unmöglich zu ermitteln, inwieweit ihre Umsätze auf der Werbung mit den beanstandeten Angaben beruhten.

Das Landgericht hat den auf Unterlassung und Unkenntlichmachung gerichteten Anträgen stattgegeben und die übrigen abgewiesen. Dagegen haben beide Parteien Berufung eingelegt,

die Beklagte mit dem Ziele völliger Abweisung der Klage,

die Klägerin mit den Anträgen, unter Aufrechterhaltung des angefochtenen Urteils im übrigen

1. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der ihr durch die in Ziff. 1 des Urteils des Landgerichts Stuttgart untersagten Verletzungshandlungen der Beklagten seit 1. Januar 1955 entstanden ist und noch entstehen wird,
2. die Beklagte zu verurteilen, im Rahmen ihrer Verurteilung der Klägerin Auskunft zu erteilen über den Umfang der in Ziff. 1 des Urteils des Landgerichts Stuttgart untersagten Verletzungshandlungen seit 1. Januar 1955.

Das Berufungsgericht hat dem Unterlassungsantrag voll, dem Feststellungsantrag dagegen nur insoweit stattgegeben, als er den seit dem 30. Juni 1957 entstandenen und noch entstehenden Schaden betrifft; den Rest dieses Anspruchs, sowie die Ansprüche auf Auskunft und Unkenntlichmachung hat es abgewiesen und von den Kosten des Rechtsstreits 5/6 der Beklagten, 1/6 der Klägerin auferlegt.

Gegen dieses Urteil richten sich die Revisionen beider Parteien, mit denen jeweils beantragt wird, nach den Schlußanträgen der Revisionsklägerinnen in der Berufungsinstanz zu erkennen. Beide Parteien beantragen ferner, die gegnerische Revision zurückzuweisen. Die Beklagte bittet hilfsweise, ihr eine Aufbrauchfrist zu gewähren; die Klägerin tritt auch diesem Antrag entgegen.

#### Entscheidungsgründe:

Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, daß die Berufung der Klägerin rechtzeitig begründet worden ist, weil der Begründungsschriftsatz am letzten Tage der Frist

in den gemeinsam für Amts-, Land- und Oberlandesgericht eingerichteten Nachtbriefkasten eingeworfen wurde. Dem steht nicht entgegen, daß der Schriftsatz sich zusammen mit an das Landgericht gerichteten Schriftsätzen in einem Umschlag befunden hat, der an das Landgericht und an das Oberlandesgericht adressiert war. Der Einwurf in den gemeinsamen Nachtbriefkasten wahrt die Frist nämlich jedenfalls dann, wenn der Schriftsatz selbst an das zuständige Gericht gerichtet war (BGH NJW 1951, 71; BGH LM Nr. 8 zu § 518 Abs. 1 ZPO; BGH NJW 1961, 361). Daran kann der Umstand nichts ändern, daß der Schriftsatz sich in einem Umschlag befunden hat, der vor dieser richtigen Anschrift an erster Stelle auch die eines anderen Gerichts aufwies.

#### I. Unterlassungsanspruch.

Das Berufungsgericht stellt in Übereinstimmung mit dem Landgericht fest, die Werbeangabe "Seit 1811" werde von einem großen Teil der von der Werbung angesprochenen Kreise dahin aufgefaßt, die Beklagte stelle seit diesem Jahre Sekt her. Dieser Eindruck bestehe sowohl bei flüchtigen als auch bei nachdenklicher betrachtenden Lesern. Daß die Sektherstellung in Deutschland überhaupt erst in den 20er Jahren des 19. Jahrhunderts aufgekommen sei, wisse der Durchschnittskäufer und wohl auch ein erheblicher Teil der Einzelhändler nicht. Das Berufungsgericht ist ferner mit dem Landgericht davon überzeugt, daß die Mehrheit der angesprochenen Kreise die Werbeangabe "1773 bis 1847" richtig als die Lebensdaten des Firmengründers erkenne; da die erste dieser Zahlen sich bei flüchtiger Betrachtung mehr einpräge, nehme der flüchtige Leser aber weiter an, der Firmengründer habe schon gegen Ende des 18. Jahrhunderts mit der Sektherstellung begonnen. Auch der nachdenkliche Betrachter werde es für möglich und wahrscheinlich halten, daß Matheus M. das Unternehmen sogleich als Sektkellerei, und zwar in seinem durchschnittlichen Mannesalter gegründet habe, also noch vor 1845 oder

1842. Die Werbung erwecke daher bei einem nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Kreise den unrichtigen Eindruck, die Beklagte habe die Sektherstellung etwa 30 Jahre früher begonnen, als dies tatsächlich der Fall gewesen sei.

In den angesprochenen Kreisen werde, so stellt das Berufungsgericht weiter fest, die Sektherstellung nicht etwa mit dem Weinhandel in dem Sinne gleichgesetzt, daß es ihnen gleichgültig erschiene, ob die Betriebserfahrungen auf dem einen oder dem anderen Gebiete erworben worden sind. Die unrichtigen Angaben der Beklagten seien auch geeignet, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen. Dazu genüge allerdings nicht, daß die längere Herstellungserfahrung eines Markenerzeugnisses~~=~~ vertreibenden Unternehmens deren Angebot in gewissen Verbraucherkreisen allgemein als vorteilhaft erscheinen lasse; vielmehr sei konkret zu fragen, ob es möglich erscheine, daß die Beklagte durch die beanstandete Werbung mehr Sekt absetze als bei wahrheitsgemäßer Werbung. Diese Frage könne das Gericht unter den hier gegebenen Umständen weder von sich aus noch auf Grund einer Befragung eines repräsentativen Kreises von Personen unbefangen beantworten; die Frage sei aber auf Grund des Verhaltens und Vorbringens der Parteien zu bejahen, aus dem sich ergebe, daß sie und andere Sektkellereien in der Werbung sehr stark das Jahr herausstellen, in dem sie mit der Sektherstellung begonnen haben; dem genauen Gründungsjahr und der exakten Altersangabe werden in diesen Kreisen große Bedeutung für die Werbung beigemessen, möge daneben auch der Firmenstolz und das Traditionsbewußtsein mit eine Rolle spielen. Die Werbung der Beklagten verstoße daher gegen § 3 UWG; der Unterlassungsanspruch sei auch nicht verwirkt.

1. Die Revision der Beklagten wendet sich gegen die Feststellungen hinsichtlich der Werbewirkung der Angabe "Seit 1811" zunächst mit den auf § 286 ZPO gestützten Rügen, das Berufungsgericht habe seine Überzeugung nicht ohne Er-

hebung des angebotenen Beweises durch Befragung eines anerkannten Meinungsforschungsinstituts bilden dürfen; soweit es aber seine eigene Lebenserfahrung herangezogen habe, weiche die insoweit frei nachprüfbare tatsächliche Würdigung von der allgemeinen Lebenserfahrung ab.

Diese Rügen können keinen Erfolg haben. Wenn das Berufungsgericht die Wirkung der fraglichen Werbeangabe wenigstens bezüglich eines nicht unerheblichen Teils der angesprochenen Kreise als bei ihm offenkundig beurteilt hat, so kann das bei einer Werbung der hier vorliegenden Art, die sich an einen großen Kreis der Allgemeinheit und nicht etwa an Fachkreise wendet, aus Rechtsgründen nicht beanstandet werden. Gegen dieses Verfahren bestehen rechtliche Bedenken umso weniger, als das Berufungsgericht sich dabei in Übereinstimmung mit der tatsächlichen Würdigung der Kammer für Handelssachen befand.

Die Würdigung des Berufungsgerichts verstößt auch nicht gegen die allgemeine Lebenserfahrung; diese spricht vielmehr dafür, daß mindestens ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise die bei der Werbung für eine und dieselbe Ware (Sekt) verwendete und auch auf der Umhüllung der Ware angebrachte Jahreszahl bei einem Unternehmen, das nach der Kenntnis des Publikums nur diese Ware herstellt, als den Beginn der Herstellung gerade dieser Ware auffaßt. Die Revision übersieht in diesem Zusammenhang überdies, daß die Beklagte diese Deutung in ihrer Werbung gelegentlich auch selbst unmittelbar gefördert hat, wie sich insbesondere aus der im Tatbestand erwähnten unstreitigen Werbung aus dem Jahre 1953 ergibt. Es braucht nicht geprüft zu werden, wie es wäre, wenn das Publikum annähme, Sekt könne 1811 noch nicht hergestellt worden sein; denn das ist nach den Feststellungen des Berufungsgerichts nicht der Fall. Deshalb versagt

der Hinweis der Beklagten auf die vielfach anzutreffende Werbung von Unternehmen, die Waren neuerer Art herstellen, mit weiter zurückliegenden Gründungsdaten; eine Gewöhnung des Publikums daran, auch bei einem nur eine Ware althergebrachter Gattung herstellenden Unternehmen die angegebene Jahreszahl nur auf die Gründung zu beziehen und sie nicht mit dem Beginn der Herstellung dieser Ware in Verbindung zu bringen, hat sich hieraus nach der Auffassung des Berufungsgerichts jedenfalls nicht gebildet.

2. In bezug auf die zweite Werbemaßnahme wendet die Revision der Beklagten sich unter Hinweis auf § 286 ZPO gegen die Feststellung, die Mehrheit der angesprochenen Kreise fasse die Angabe dahin auf, der Gründer habe in seinen besten Mannesjahren mit der Herstellung von Sekt begonnen; rechtsfehlerhaft sei vor allem die Berücksichtigung nachdenklich betrachtender Verkehrskreise.

Auch diese Rüge kann keinen Erfolg haben. Unbedenklich ist die Annahme der Vorinstanzen, daß ein erheblicher Teil der angesprochenen Kreise die fragliche Angabe dahin versteht, schon der Gründer habe mit der Herstellung von Sekt begonnen. Bei seiner weiteren besonders nachdrücklich angegriffenen Würdigung hat das Berufungsgericht ersichtlich die Wirkung dieser Werbeangabe ganz unabhängig davon geprüft, daß die Beklagte nebenher auch die Angabe "Seit 1811" verwendet. Nähme man diese hinzu, so wäre die tatsächliche Würdigung des Berufungsgerichts auch in bezug auf die Angabe der Lebensdaten des Gründers ohnehin nicht zu beanstanden, denn auf eine gewisse Zeit hinaus wird sich diese langjährige Werbung auch weiterhin auswirken. Da die Klägerin jedoch ein selbständiges, zeitlich unbefristetes Verbot der zweiten Werbeangabe begehrt und ihren Klageantrag auch hierauf abgestellt hat ("Seit dem Jahre 1811 oder noch früher"), war die vom Beru-

funfsgericht vorgenommene gesonderte Prüfung der zweiten Werbemaßnahme durchaus sachgerecht. Hierbei hat das Berufungsgericht aber nicht etwa nur auf die Betrachtungsweise eines nachdenklichen Lesers der Werbung abgestellt, sondern vorausgeschickt, daß der durchschnittliche, flüchtige Leser, dem sich die erste Zahl stärker als die zweite einpräge, annehme, der Gründer des Unternehmens habe schon gegen Ende des 18. Jahrhunderts mit der Herstellung von Sekt begonnen. Diese tatsächliche Würdigung kann nicht als der allgemeinen Lebenserfahrung widersprechend angesehen werden. Wird mit den Lebensdaten des Gründers geworben, statt mit dem Gründungsjahr oder dem ersten Herstellungsjahr, so stellt der Werbende dem angesprochenen Publikum nur einen Rahmen zur Verfügung, in dem naturgemäß verschiedene Vorstellungen des Publikums Platz haben. Entsprechend dem in der Rechtsprechung stets anerkannten Grundsatz (vgl. zuletzt BGH GRUR 1960, 567, 569 - Kunstglas) muß es die Beklagte gegen sich gelten lassen, wenn ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Kreise der Gefahr unterliegt, den Beginn der Herstellung von Sekt durch die Beklagte irrig auf das Ende des 18. Jahrhunderts zu verlegen. Die Möglichkeit, daß dies der Fall ist, kann nach der Lebenserfahrung nicht geleugnet werden.

Der Standpunkt des Berufungsgerichts schränkt die Möglichkeit der Werbung mit den Lebensdaten des Gründers auch nicht unbillig ein; wenn nämlich, wie es feststellt, in den hier beteiligten Verkehrskreisen auf das genaue Gründungsjahr gesteigerten Wert gelegt wird, muß gegebenenfalls durch einen exakten ergänzenden Hinweis auf den Beginn der Sektherstellung das angedeutete, an sich mögliche Mißverständnis verhütet werden.

Das Berufungsgericht hätte hiernach nicht zusätzlich zu prüfen brauchen, ob nachdenklicher betrachtende Verbrau-

cherkreise zu der Annahme gelangen, der Gründer werde die Herstellung von Sekt gerade "in seinen besten Mannesjahren" aufgenommen haben, denn darauf beruht das angefochtene Urteil nicht. Der Revision kann auch nicht eingeräumt werden, das Berufungsgericht habe mit diesem Gedankengang gegen den Rechtsgrundsatz verstoßen, daß die Betrachtungsweise eines flüchtigen Lesers zugrunde zu legen ist. Es kommt nämlich für die Frage, ob eine Werbung irreführend wirkt, nur darauf an, ob ein solcher Eindruck bei einem nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Kreise hervorgerufen wird; ob dieser Teil flüchtig oder nachdenklich prüft, gilt an sich rechtlich gleich; wenn, wovon das Berufungsgericht ausgeht, ein nicht unerheblicher Teil auch aufmerksamer prüft, so kann gerade dieser Teil der angesprochenen Verkehrskreise einem Irrtum ausgesetzt sein, wo der flüchtig Betrachtende nicht irrt. Zu beachten ist lediglich die vom Berufungsgericht aber auch nicht verletzte, der allgemeinen Lebenserfahrung entsprechende Regel, daß mindestens ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Kreise nur flüchtig zu prüfen pflegt.

3. Die Feststellung des Berufungsgerichts, daß die Angaben der Beklagten über den Zeitpunkt. des Beginns der Herstellung auch u n r i c h t i g sind, hat die Revision nicht besonders angegriffen. Es ist deshalb davon auszugehen, daß die Beklagte die Sektherstellung erst etwa 30 Jahre später aufgenommen hat, als es ein nicht unerheblicher Teil der von ihren beiden Werbehinweisen angesprochenen Verkehrskreise annimmt.

Dagegen greift die Revision der Beklagten die auf die allgemeine Lebenserfahrung gestützte Annahme des Berufungsgerichts an, ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise mache einen Unterschied zwischen Wein und

Sekt. Sie meint, diese beiden Waren würden im Verkehr zugleich angeboten und seien als aus demselben Grundstoff hervorgegangen bekannt; auch der Gesetzgeber sehe die Schaumweinbereitung nur als eine fortgesetzte Kellerbehandlung des Weines an; aus all diesen Gründen ständen sich beide Warengattungen derart nahe, daß Erfahrungen in der Herstellung von Sekt und im Weinhandel in der Auffassung der Verbraucherkreise gleichgesetzt würden. Mit diesen Ausführungen bekämpft die Revision im Grunde erneut die bereits behandelte Feststellung, das Publikum bilde sich beim Angebot von Sekt eine konkrete Vorstellung des Inhalts, das Unternehmen der Beklagten stelle seit 1811 oder einem anderen Zeitpunkt Sekt her; aus den bereits erörterten Gründen kann sie hiermit aber keinen Erfolg haben.

4. Die Revision der Beklagten wendet sich mit demselben Vorbringen schließlich auch gegen die weitere Feststellung des Berufungsgerichts, die beanstandeten Werbeangaben seien geeignet, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen. Sie meint, dem Publikum liege nur daran, ob das Alter des Unternehmens Gewähr für die normalerweise daraus abzuleitenden Betriebserfahrungen biete; ob diese sich während einer lange zurückliegenden, verhältnismäßig geringfügigen Zeitspanne nur auf Weinbau und Weinhandel bezogen hätten, sei den angesprochenen Verkehrskreisen gleichgültig; das Berufungsgericht setze sich mit seiner gegenteiligen Annahme in Widerspruch zur allgemeinen Lebenserfahrung.

Auch dieser Angriff kann keinen Erfolg haben. Es trifft schon nicht zu, daß das Berufungsgericht seine Auffassung insoweit auf die allgemeine Lebenserfahrung gestützt habe, so daß sie vom Revisionsgericht frei nachgeprüft werden könnte; es hat vielmehr das Verhalten der Parteien und ihrer Mitbewerber auf dem Gebiete der Werbung mit Gründungsdaten als

Beweisanzeichen herangezogen und seine Überzeugung in freier Beweiswürdigung auf diese Umstände gestützt. Darin liegt nicht, wie die Revision meint, ein Verstoß gegen den Rechtsgrundsatz, daß es für die Beurteilung einer Werbung im Rahmen des § 3 UWG grundsätzlich nicht auf die Absicht ankommt, die der Werbende mit ihr verfolgt. Das Berufungsgericht hat vielmehr, weil es glaubte, insoweit nicht "unbefangen" zu sein, ohne Verfahrensverstoß aus dem Verhalten der diesem Geschäftszweig angehörenden Kaufleute, die über die Wirkung ihrer Werbeangaben beim Publikum am besten unterrichtet sein müssen, den Schluß gezogen, daß die Werbung mit den Gründungsjahren gerade in diesem Geschäftszweig wettbewerblich von erheblicher Bedeutung sei und daß es dabei auch auf das genaue Gründungsjahr ankomme; dabei hat es berücksichtigt, daß auch andere Gründe bei diesem Wettbewerb mitwirken mögen. Gegen diese Beweiswürdigung sind verfahrensrechtliche Bedenken nicht zu erheben. Im übrigen könnte aus den Gründen, die der Senat in dem einen ähnlichen Fall betreffenden Urteil vom 31. Mai 1960 (GRUR 1960, 563) dargelegt hat, auch nicht anerkannt werden, daß die Auffassung des Berufungsgerichts der allgemeinen Lebenserfahrung widerspreche.

Endlich ist noch darauf hinzuweisen, daß das Berufungsgericht bei Beurteilung dieser Frage möglicherweise zugunsten der Beklagten sogar von einem zu engen Rechtsstandpunkt ausgegangen ist, wenn es meint, es genüge nicht, daß die Altersangabe des Unternehmens das Erzeugnis als "im allgemeinen vorteilhaft" erscheinen lasse. Wie der Senat im Anschluß an die Rechtsprechung des Reichsgerichts wiederholt entschieden hat (BGH GRUR 1957, 285, 286 - Erstes Kulmbacher; BGHZ 28, 1, 7 - Buchgemeinschaft II; GRUR 1960, 563, 565 - Alterswerbung/Sekt - und 567, 570 - Kunstglas; I ZR 56/59 vom 27. September 1960), genügt es für die Anwendung des § 3 UWG, daß die unrichtige Angabe geeignet ist, Kaufinteressenten anzulocken

und geneigter zu machen, sich mit dem Angebot zu befassen. Es ist dann nicht notwendig, daß diese Angabe beim Geschäftsabschluß selbst eine Rolle gespielt hat; das Rechtswidrige des Verhaltens liegt vielmehr schon darin, daß durch unrichtige anlockende Angaben der in § 3 UWG bezeichneten Art ein wettbewerblicher Vorsprung erzielt wird.

5. Den Einwand der *V e r w i r k u n g* hat das Berufungsgericht aus der Erwägung zurückgewiesen, das Interesse der Allgemeinheit an der Wahrheit einer Werbeangabe, die geeignet ist, den Kaufentschluß zu beeinflussen, gehe dem Interesse des diese Werbung Betreibenden stets vor. Dieser Grundsatz gilt zwar nur mit der Einschränkung, daß das wohlverstandene Interesse der Allgemeinheit es gelegentlich auch einmal rechtfertigen kann, das auf dem Spiel stehende Einzelinteresse gerade mit Rücksicht auf seine zugleich auch im Allgemeininteresse gegebene Schutzwürdigkeit zu schonen (BGHZ 27, 1, 4 - Emaille-Lack; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 8. Aufl., § 3 Anm. 146). Jedenfalls rechtfertigt sich die Zurückweisung des Verwirkungseinwandes aber durch die vom Berufungsgericht hilfsweise angestellte Interessenabwägung, in deren Rahmen es feststellt, der Beklagten sei die Unterlassung der unrichtigen Werbeangabe zuzumuten, weil die gebotene Änderung für ihre wettbewerbliche Stellung nicht von entscheidender Bedeutung sei. Die bloße Tatsache, daß die Beklagte diese Werbung jahrzehntelang betrieben hat, rechtfertigt den Einwand der Verwirkung unter den hier gegebenen Umständen jedenfalls nicht (vgl. BGH GRUR 1960, 563, 566).

Nach alledem hat das Berufungsgericht einen Verstoß gegen § 3 UWG und den geltend gemachten Unterlassungsanspruch zutreffend bejaht.

6. Die Fassung der Urteilsformel stimmt hinsichtlich des Unterlassungsanspruchs nicht voll mit dem Inhalt der Urteilsgründe überein. Die Formel verbietet der Beklagten, bei der Werbung für ihren Sekt die Altersangabe "Seit 1811" zu verwenden; selbständig steht daneben das Verbot, "sonst nach Wort oder Sinn .... den Eindruck zu erwecken ...", als ob die Sektherstellung seit 1811 oder noch früher betrieben werde. Nach dem Inhalt der Entscheidungsgründe (S. 23) will das Berufungsgericht aber auch mit dem ersten Teil der Urteilsformel (Angabe "Seit 1811") der Beklagten nur untersagen, in irreführender Weise zu werben, andere Möglichkeiten einer Werbung mit diesem Gründungsjahr dagegen offen lassen. Soweit die Urteilsformel diese Einschränkung der Verurteilung nicht klar genug wiedergibt, war sie durch eine Ergänzung klarzustellen.

Andererseits geht die im zweiten Teil des Verbots enthaltene Formulierung insofern zu weit, als sie die konkreten Verletzungsformen nur beispielshalber aufführt und der Beklagten ganz allgemein verbietet, nach Wort oder Sinn den "Eindruck zu erwecken", als habe sie die Sektherstellung schon vor oder seit 1811 oder seit ihrer Gründung betrieben. Eine derart abstrakt gefaßte Verurteilung ist unter den hier gegebenen Umständen weder nötig noch zulässig; sie ist nicht nur geeignet, Zweifel an der Tragweite des Verbots hervorzurufen, da es einer derartigen Verallgemeinerung jedenfalls nicht bedurfte, um den Umfang der Rechtskraft eines auf die konkreten Verletzungsformen abgestellten Verbots klarzustellen. Sie würde vor allem auch solche Werbeangaben erfassen, die nicht Gegenstand der Beurteilung im vorliegenden Rechtsstreit sein konnten und mit den hier allein geprüften Werbeangaben den in der Urteilsformel bezeichneten "Eindruck" gemein haben. Die zu allgemein gefaßte Urteilsformel überläßt somit die rechtliche Beurteilung solcher künftig etwa benutzten Werbeangaben der Vollstreckungsinstanz. Das ist nicht zulässig (BGH GRUR 1957, 606, 608 - Heilmittelvertrieb); die Formel des angefochtenen Urteils war insoweit auf die Revision der Beklagten richtigzustellen.

## II. Schadensersatzanspruch.

1. Das Berufungsgericht hat aus der langen Dauer und dem Umfange der unrichtigen Werbung auf die hohe Wahrscheinlichkeit geschlossen, daß der Klägerin daraus ein Schaden erwachsen sei; es hat deshalb das Feststellungsinteresse bejaht. Die Revision der Beklagten bezeichnet die Annahme, die Beklagte habe durch die fragliche Werbung einen Mehrumsatz erzielt, als lebensfremd; keinesfalls könne dem angefochtenen Urteil aber eine Begründung dafür entnommen werden, daß ein solcher Mehrumsatz bei richtiger Werbung gerade der Klägerin zugute gekommen wäre.

Diese Angriffe richten sich im Ergebnis in unzulässiger Weise gegen die dem Tatrichter vorbehaltene Würdigung. Entgegen der Auffassung der Revision hat das Berufungsgericht hierbei auch nicht die Beweislast verkannt, sondern ohne Rechtsverstoß seine Überzeugung wesentlich darauf gestützt, daß es sich bei den Parteien unstreitig um Unternehmen handle, die auf dem fraglichen Markt eine beachtliche Stellung einnehmen, sowie darauf, daß die beanstandete Werbung jahrelang intensiv betrieben worden ist (vgl. BGH GRUR 1954, 457, 459 - Irus/Urus; 1960, 563, 566).

2. Als Rechtsgrundlage des Schadensersatzanspruchs kommen nach Auffassung des Berufungsgerichts nur § 3 i.V.m. § 13 Abs. 2 UWG und § 823 Abs. 2 BGB, nicht aber die Bestimmungen der §§ 823 Abs. 1, 824, 826 BGB und § 1 UWG in Betracht; weder sei in das Recht der Klägerin am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetriebe eingegriffen, noch eine Behauptung aufgestellt worden, die Nachteile für den Erwerb oder das Fortkommen der Klägerin herbeizuführen geeignet sei, noch habe die Beklagte in wettbewerbwidriger oder sonst sittenwidriger Weise der Klägerin vorsätzlich Schaden zugefügt; die Beklagte habe nur in fahrlässiger Verkennung der Rechts-

lage gehandelt. Nach § 21 UWG sei der Schadensersatzanspruch daher verjährt, soweit er vor dem 30. Juni 1957 entstanden sei, und in diesem Umfange abzuweisen.

Dagegen wendet sich die Revision der Klägerin; es sei unstatthaft, eine Schadensfeststellungsklage in einem derartigen Fall zu einem Teil abzuweisen, denn es sei nicht Gegenstand des Urteils, für welchen Zeitraum und in welcher Höhe Schadensersatz zu leisten sei. Demgemäß werde der Ersatzanspruch in der Praxis auch kaum je zeitlich begrenzt; geschehe das später, so liege darin keine Teilrücknahme, sondern eine Konkretisierung des Leistungsanspruchs, die für die Kostenverteilung belanglos sei.

a) In dem letzten Punkte läßt die Revision der Klägerin außer acht, daß die Klage ausdrücklich auf die Feststellung geht, daß die Beklagte verpflichtet sei, allen Schaden zu ersetzen, der durch Verletzungshandlungen "seit 1.1.1955" entstanden ist und noch entstehen wird. Damit war der seit diesem Zeitpunkt entstandene Schaden zum Gegenstand des Rechtsstreits gemacht. Dasselbe gilt für den bis zum 1.1.1955 entstandenen Schaden; über diesen war lediglich nicht mehr zu entscheiden, da die Klage insoweit eingeschränkt worden ist.

b) Die Revision der Klägerin hält die Teilabweisung aber auch für sachlich unbegründet, da sie sich als die älteste deutsche, 1826 gegründete Sektkellerei bezeichne; diese Werbung werde durch die unrichtige Werbung der Beklagten unterhöhlt. Darin liege ein Verstoß gegen § 1 UWG, der zusammen mit dem Verstoß gegen § 3 UWG einen schuldhaften Eingriff in eine einzelne Erscheinungsform ihres gewerblichen Tätigkeitsbereichs und damit in ihr Recht auf dessen freie Entfaltung darstelle; dieser Anspruch unterliege der Verjährungsfrist des § 852 BGB. Hilfsweise rügt die Klägerin als Verstoß gegen § 286 ZPO, daß der Berufungsrichter ihr Vorbringen über jahre-

lange, der Klage vorausgegangene vergebliche Vergleichsbemühungen nicht unter dem Gesichtspunkt gewertet habe, daß die Berufung der Beklagten auf die Verjährungseinrede gegen Treu und Glauben verstoße.

c) Was die Klägerin in den Vorinstanzen zur Unterstützung dieses Hilfsvorbringens behauptet hatte, reicht jedoch für die Annahme eines derartigen Verstoßes nicht aus. Vorgetragen war nur, daß Vergleichsverhandlungen stattgefunden haben und die Beklagte nicht bereit gewesen sei, einen Vergleich abzuschließen; in einem lediglich zu einem Vertagungsantrage eingereichten Schriftsatz war darüber hinaus zwar behauptet worden, die Beklagte habe die Klägerin in den Vergleichsverhandlungen jahrelang "hingehalten". Dieses ganz allgemein gehaltene Vorbringen rechtfertigt für sich allein jedoch nicht den Schluß, die Beklagte stelle sich mit der Geltendmachung der Verjährungseinrede in einen rechtlich zu mißbilligenden Widerspruch zu ihrem eigenen früheren Verhalten, denn es ließ nicht erkennen, daß die Beklagte die Klägerin mit oder ohne Absicht in den Glauben versetzt habe, sie werde von der Einrede der Verjährung keinen Gebrauch machen. Hiervon abgesehen behauptet die Klägerin nicht einmal, daß die Verhandlungen sich auch auf den Schadensersatzanspruch bezogen haben. Das Berufungsgericht hatte von sich aus keinen Anlaß, diesen Punkt weiter aufzuklären, da es nach dem gesamten Vorbringen der Klägerin und nach der Interessenlage davon ausgehen konnte, daß die künftige Gestaltung der Werbung der Beklagten den Kern der Vergleichsverhandlungen gebildet habe.

3. Hiernach hängt die Entscheidung hinsichtlich der Teilabweisung des Schadensersatzanspruches nur davon ab, ob ein Anspruch gegeben ist, der nach § 852 BGB erst in drei Jahren verjährt. Dies ist vom Berufungsgericht mit Recht verneint worden.

a) Die Anwendung des § 826 BGB scheidet aus, weil das Berufungsgericht in rechtlich nicht angreifbarer Weise festgestellt hat, daß der Beklagten in bezug auf den von ihr begangenen Rechtsverstoß nur Fahrlässigkeit zur Last fällt, und zwar ersichtlich nicht etwa eine besonders grobe. Auch § 824 Abs. 1 BGB ist nicht verletzt, da die Werbebehauptungen der Beklagten nicht geeignet waren, "Nachteile für den Erwerb oder das Fortkommen" eines anderen herbeizuführen, denn hierunter sind nur solche Äußerungen zu verstehen, die ihrem Inhalt nach eine Richtung gegen die Person eines anderen aufweisen. Gegen die Nichtanwendung dieser Bestimmungen hat die Revision der Klägerin auch nichts geltend gemacht.

b) Der Begriff der unerlaubten Handlung im Sinne des § 852 BGB umfaßt zwar nach herrschender Rechtsauffassung grundsätzlich alle zum Schadensersatz verpflichtenden Fälle gegenständlich rechtswidriger Eingriffe in fremde absolute Rechte oder Rechtsgüter, mag es sich um schuldhaftes Verhalten oder Gefährdungshaftung handeln; es ist hierfür auch ohne Bedeutung, ob die verletzte Rechtsnorm im Bürgerlichen Gesetzbuche oder in einem anderen Gesetz enthalten ist (RGZ 67, 141, 144; RGZ 122, 320, 326; RGRK 11. Aufl. § 852 Anm. 2; Erman-Drees, 2. Aufl. § 852 Anm. 1 a). Dieser erweiterte Begriff der unerlaubten Handlung deckt daher an sich auch die Tatbestände des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (RGRK aaO Anm. 3 vor § 823). Sieht aber das die Verbotsnorm enthaltende Gesetz eine eigene, abweichende Regelung der Verjährung vor, so hat diese den Vorrang jedenfalls dann, wenn das bereits nach dem Sondergesetz zum Ersatz verpflichtende Verhalten tatbestandlich nicht zugleich gegen eine der Vorschriften der §§ 823 Abs. 1, 824 oder 826 BGB verstößt (RGZ 67, 141, 144). Verletzt ein solches Verhalten, insbesondere ein Wettbewerbsverstoß, dagegen zugleich eine dieser Vorschriften, so unterliegt allerdings nach der von der Rechtslehre gebilligten Auffassung der Rechtsprechung grundsätz-

lich jeder der Ansprüche der für ihn geltenden besonderen Verjährung nach § 21 UWG bzw. § 852 BGB (RGZ 149, 114, 117; RG GRUR 1939, 557, 562; RG DR 1942, 1064; BGH GRUR 1959, 31, 33 - Feuerzeug als Werbegeschenk). Diese Rechtslage ergibt sich aus dem allgemeinen Verhältnis, in dem die Vorschriften des Wettbewerbsgesetzes und des 25. Titels des Bürgerlichen Gesetzbuchs zueinander stehen; es ist allgemein anerkannt, daß die ersteren keine lückenlose Regelung des gesamten wettbewerbslichen Handelns darstellen und daß deshalb die Vorschriften des Wettbewerbsgesetzes nicht schlechthin unter dem Gesichtspunkt des Spezialgesetzes die Anwendung der generellen Vorschriften des bürgerlichen Rechts auch dann ausschließen, wenn ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs gegeben ist (vgl. z.B. RGZ 74, 434, 435). Fällt wettbewerbsliches Handeln nicht unter Verbotsgesetze des Sondergesetzes, so folgt daraus mithin noch nicht ohne weiteres, daß es auch nicht gegen §§ 823 ff BGB verstoßen könne, und ebensowenig ist aus dem Umstand, daß ein Verhalten gegen Vorschriften des Sondergesetzes verstößt, zu schließen, daß Art und Maß der sich daran anknüpfenden Haftung in jedem Falle dort abschließend geregelt sei. Wann eine spezielle Regelung die allgemeinere verdrängt, kann vielmehr wie in allen Fällen des Zusammentreffens genereller und spezieller Vorschriften, so auch im Wettbewerbsrecht nur auf Grund des Zusammenhanges, der Entstehungsgeschichte, besonders aber nach dem Zweck der fraglichen Vorschriften und dem Wert des gewonnenen Ergebnisses der einen oder anderen Auslegung beantwortet werden (Enneccerus-Nipperdey, Allg. Teil, 1. Halbband, 15. Bearbeitung, § 60 II; RGZ 70, 74, 76 für die Ersatzansprüche aus Verletzung gewerblicher Schutzrechte). Für das Verhältnis zwischen dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuchs über unlautere Handlungen ist diese Frage hinsichtlich jeder Vorschrift des ersteren gegenüber jeder des letztgenannten Gesetzes gesondert dahin zu prüfen, ob bei Würdigung der vor-

bezeichneten Gesichtspunkte die eine derselben als erschöpfende und deshalb ausschließende Regelung der jeweils in Betracht kommenden Teilfrage anzusehen ist. Das gilt auch für die Frage der Verjährung (RGRK aaO Anm. 5 vor § 823; Esser, Schuldrecht, 2. Aufl. § 201, 3 e).

In der Rechtsprechung ist hinsichtlich der Frage des Verhältnisses der Verjährungsvorschriften zueinander stets angenommen worden, daß der Verletzer der Haftung aus § 826 BGB keinesfalls dadurch entgehen kann, daß sein Verhalten zugleich wettbewerbswidrig ist. Diese schon in der Kommissionsberatung zu § 21 UWG ohne Widerspruch festgestellte Auffassung (RGZ 74, 434, 436) rechtfertigt sich durch die Erwägung, daß ein solches Verhalten nicht deshalb privilegiert werden kann, weil der Verletzer in Wettbewerbsabsicht gehandelt hat. Aber auch in den Fällen des § 824 BGB tritt die Haftung mit Rücksicht auf ihre unterschiedlich gestalteten Voraussetzungen nicht gegenüber der Haftung aus den entsprechenden Sondervorschriften des Wettbewerbsrechts zurück (RGZ 74, 434, 435).

Anders liegt es dagegen im Falle des § 823 Abs. 2 BGB, wenn bereits das diese Blankettnorm ausfüllende Schutzgesetz oder eine zu ihm ergangene gesonderte Haftungsnorm an die Verletzung eine Schadensersatzpflicht knüpft (RG GRUR 1940, 375, 378; BGH GRUR 1959, 31, 34 - Feuerzeug - m.w.Nachw.; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 8. Aufl. § 21 Anm. 4; Reimer, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 3. Aufl. Kap. 115 II Abs. 2; Tetzner, UWG, 2. Aufl. § 21 Anm. 1; von Godin-Hoth, Wettbewerbsrecht Anm. 4 zu § 21 UWG).

In gleicher Weise ist auch das Konkurrenzproblem zu lösen, wenn eine Wettbewerbshandlung, die gegen eine gesetzliche Spezialregelung verstößt, tatbestandsmäßig zugleich einen Eingriff in das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb darstellt. Dieses Recht ist von der Recht-

sprechung entwickelt worden, da die Generalklausel des § 826 BGB wegen des Erfordernisses eines auf Schädigung gerichteten Vorsatzes den Bedürfnissen des Geschäftslebens nicht genügte und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb sich als lückenhaft erwies. Das Reichsgericht und ihm folgend der Bundesgerichtshof haben deshalb stets hervorgehoben, daß eine Anwendung von § 823 Abs. 1 BGB aus dem Gesichtspunkt des Eingriffs in das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb in der Regel nur in Betracht kommt, wenn es gilt, Lücken zu schließen (so besonders klar RGZ 132, 311, 316; s.a. BGHZ 3, 270, 279; 8, 387, 394; 28, 320, 330; Baumbach/Hefermehl aaO, Allg. 53; UWG Einl. 42, 43; Schippel, Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb 1956 S. 1; Lindenmaier, WuW 1953, 592; Rosenthal, Wettbewerbsgesetz 8. Aufl. S. 26; Tetzner aaO, Vorbem. 15; Gieseke, GRUR 1950, 298, 304, 308). Wenn auch nicht alle Tatbestände eines Wettbewerbsverstoßes sich mit dem bürgerlich-rechtlichen Tatbestand eines Eingriffs in das Recht am Gewerbebetrieb decken, so hat doch der Umstand, daß die meisten Wettbewerbshandlungen in den gewerblichen Tätigkeitsbereich anderer Unternehmen eingreifen (RGZ 163, 21, 32), zwangsläufig zur Folge, daß weitgehend eine Überschneidung dieser Sondervorschriften mit dem Schutzbereich des Rechtes am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb stattfindet. Bei solchen Überschneidungen aber sind bei Handlungen zu Zwecken des Wettbewerbs die Rechtsfolgen auf sachlichrechtlichem Gebiet grundsätzlich den wettbewerbsrechtlichen Sondervorschriften zu entnehmen, denen gegenüber das Recht am eingerichteten Gewerbebetrieb nur lückenausfüllenden Charakters ist. Das gilt insbesondere für die in § 21 UWG vorgesehene Sonderregelung der Verjährung von Ansprüchen aus dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb, in der aus beachtenswerten rechtspolitischen Erwägungen eine kürzere Verjährungsfrist vorgesehen ist als für sonstige Ansprüche aus unerlaubten Handlungen in § 852 BGB (vgl. auch Baumbach/Hefermehl aaO § 21 UWG Anm. 4). Die im Urteil vom

29. April 1958 (GRUR 1959, 31, 34) vertretene entgegengesetzte Auffassung kann nicht mehr aufrechterhalten werden.

Das Ergebnis, daß nicht auf dem Weg über das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb in nahezu allen Fällen des Wettbewerbsverstößes die Inanspruchnahme der längeren Verjährungsfrist begründet werden kann, entspricht auch der zu billigenden Absicht des Gesetzes, den Ersatzanspruch aus Wettbewerbsverstößen einer kurzen Verjährung zu unterwerfen (hierzu vgl. Pinner/Eyck, Wettbewerbsgesetz, 2. Aufl., § 21; Baumbach/Hefermehl aaO Anm. 4 zu § 21 UWG; Schippel aaO S. 84).

Dem Berufungsgericht ist daher in der Verjährungsfrage beizutreten, ohne daß es einer Prüfung bedarf, ob im Streitfall ein widerrechtlicher Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb vorliegt. Dies kann vielmehr zugunsten der Revision der Klägerin unterstellt werden.

5. Die Einwände des mitwirkenden Verschuldens der Klägerin und der Verwirkung hat das Berufungsgericht für den hier nach noch in Betracht kommenden Zeitraum mit zutreffender Begründung zurückgewiesen.

### III. Anspruch auf Unkenntlichmachung.

Den hierauf gerichteten Klageantrag hat das Berufungsgericht zurückgewiesen, weil hierfür neben dem Unterlassungsurteil kein Rechtsschutzbedürfnis bestehe. Wenn die Revision der Klägerin demgegenüber darauf hinweist, der Verletzte dürfe nach gefestigter Rechtsprechung neben dieser Verurteilung stets auch die zur Beseitigung begehren, schon das bloße Vorhandensein unrichtig bezeichneter Waren und Wettbewerbsunterlagen beeinträchtige sie wegen der ständigen Drohung weiterer Benutzung, so kann sie damit dennoch im Ergebnis

keinen Erfolg haben. Sie berücksichtigt nämlich nicht, daß der Anspruch auf Unkenntlichmachung, so wie er hier gefaßt ist, in der praktischen Auswirkung nicht über den Unterlassungsanspruch hinausgeht; darauf hatte schon das Landgericht hingewiesen. Unter Berücksichtigung der besonderen Umstände des Falles und des gesamten Parteivorbringens läßt die Rechtsauffassung des Berufungsgerichts deshalb keinen Rechtsfehler erkennen.

#### IV. Auskunftsanspruch.

Diesen Anspruch hat das Berufungsgericht im wesentlichen aus der Erwägung abgewiesen, die Klägerin kenne den Umfang der Zuwiderhandlung der Beklagten gegen den Unterlassungsanspruch hinreichend, soweit er für ihre Schadensberechnung aufschlußreich sei. Die Klägerin kann angesichts dieser Feststellung zwar nicht mit der im Revisionsverfahren aufgestellten Behauptung gehört werden, sie habe überhaupt keine Kenntnis vom Umfang der Verwendung der beanstandeten Werbebehauptungen. Das Berufungsgericht verkennt aber, daß der Verletzte auch bei Notwendigkeit einer Schadensschätzung eine möglichst genaue Kenntnis der Grundlagen dieser Schätzung haben muß, um seine Rechte im Rahmen des § 287 ZPO wahrnehmen zu können. Es sind keine ausreichenden Gründe gegeben, den der Ermöglichung oder doch w e s e n t l i c h e n Erleichterung der Rechtsverfolgung dienenden Auskunftsanspruch hier völlig zu versagen. Der vorliegende Fall weist allerdings die Besonderheit auf, daß der Umfang der angegriffenen Werbung nur einen mittelbaren Anhalt dafür abzugeben vermag, welche Umsatzeinbuße die Klägerin durch sie erlitten hat. Dieser Umstand kann hier aber nur für Art und Umfang der Auskunft Bedeutung gewinnen, da insoweit, um Mißbrauch zu vermeiden, auf die Belange des Verletzers möglichst Rücksicht zu nehmen ist (BGHZ 10, 385, 387). Im vorliegenden Falle würde die Auskunft über die Zahl der Flaschenetiketten zugleich den Umfang der

Produktion der Beklagten offen legen. Das kann ihr nicht zugemutet werden, zumal eine solche Offenlegung für die Schadensberechnung aus dem erwähnten Grunde jedenfalls dann nicht unerlässlich ist, wenn Auskunft über den Umfang der weiter beanstandeten Werbemaßnahme erteilt wird. Dem Auskunftverlangen war daher nur in diesem eingeschränkten Umfange stattzugeben.

V. Der Beklagten die in der mündlichen Verhandlung hilfsweise beantragte Aufbrauchsfrist zu gewähren, besteht keinerlei Anlaß; schon die Vorinstanzen hatten zur Unterlassung verurteilt; die Beklagte kannte auch das bereits erwähnte, einen ähnlichen Fall betreffende Urteil des erkennenden Senats vom 31. Mai 1960; sie hat schließlich auch keine Umstände vorgetragen, die gleichwohl eine solche Frist rechtfertigen könnten.

VI. Den Revisionen beider Parteien war hiernach teilweise stattzugeben; im übrigen waren sie zurückzuweisen. Die in dem angefochtenen Urteil vorgenommene Kostenverteilung entspricht dem Ausmaß des beiderseitigen Obsiegens und Unter-

liegend in den Vorinstanzen. Sie war gemäß § 92 ZPO auch für das Revisionsverfahren zugrunde zu legen.

|       |        |         |       |        |
|-------|--------|---------|-------|--------|
| Wilde | Spreng | Löscher | Pehle | Claßen |
|-------|--------|---------|-------|--------|