

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG §§ 1, 9; VO über Sommer- und Winterschlußverkäufe  
vom 13. Juli 1950 BAnZ Nr. 135, §§ 1, 3

- Sonderangebote außerhalb der  
Karenzzeit -

Zur Frage der Unzulässigkeit von Sonderangeboten  
außerhalb sog. Karenzzeiten von 14 Tagen vor und  
nach Saison-Schlußverkäufen.

BGH, Urt. v. 17. März 1983 - I ZR 198/80 - OLG Düsseldorf  
LG Düsseldorf

# BUNDESGERICHTSHOF

## IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 198/80

### URTEIL

Verkündet am

17. März 1983

Mehrhof

Justizangestellte

als Urkundsbeamter  
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Firma R. L. OHG, Zweigniederlassung t.,  
Ra. straße, R. v.d.H.,

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. -

g e g e n

Verein zur Wahrung des lautereren Wettbewerbs e.V.,  
vertreten durch das geschäftsführende Vorstandsmitglied  
W. S., K. allee, D.,

Kläger und Revisionsbeklagter,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 17. März 1983 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Zülch, Dr. Piper, Dr. Erdmann und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 13. November 1980 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

### Tatbestand

Die Beklagte betreibt Verbrauchermärkte, in denen sie Schuhe und Textilien, aber auch Lebensmittel und andere Gegenstände des täglichen Bedarfs verkauft. Am 5. Juli 1979 - 25 Tage vor dem Beginn des Sommerschlußverkaufs 1979 - veröffentlichte sie in der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung, Ausgabe Essen, eine großformatige Werbeanzeige folgenden Inhalts:



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

# SOMMER, SONNE & VERREISEN!

*Alles staunt  
solchen Preis*

**Damen-  
Gabardine-Rock**  
modische Linienführung,  
55% Polyester,  
45% Schurwolle,  
Gr. 38-44

statt 59.- **39.-**

**Damen-Kleid**  
für Urlaub und Garten,  
100% Polyester, in blau/weiß,  
rot/weiß,  
braun/weiß,  
Gr. 38-44

statt 29.- **19.-**

**Damen-Bluse**  
1/2 und Ganz-Arm, in verschie-  
denen Farben,  
Gr. 38-44

statt 29.- **10.-**

**Damen-T-Shirt**  
1/2 Arm, in verschiedenen  
Farben,  
Gr. 38-42

statt 14.90 **6.-**

**Rinder-  
Rouladen** aus  
Steakfleisch  
aus der Bullenkaule  
500 Gramm

**5.49**

**Damen-Pullover**  
Velour-Frottee, modische Farben,  
1/2 Arm, V-Ausschnitt,  
Strickbund

statt 34.- **19.-**

**Damen-Pullover**  
100% Polycryl, modische  
Farben,  
Gr. 38-42

statt 16.90 **8.-**

**Damen-Blazer**  
aktuelle Form, hochwertige  
Qualität,  
Gr. 36-44

statt 49.- **29.-**

**Da.-Feinsacrhose**  
100% Baumwolle, Jeansverarbeit-  
ung, zwei aufgesetzte Taschen,  
Gürtelschlaufen

statt 59.- **29.-**

**Rumpsteak**  
zart und abgehangen

100 Gramm

**1.99**

**Da.-Schafwolle-Hose**  
100% Wolle, verschiedene  
Ausführungen,  
Gr. 38-44

statt 69.- **35.-**

**Damen-Slip**  
100% Baumwolle, bunt bedruckt,  
Gr. 38-46

5er Pack **6.-**

**Damen-Sonnentop**  
Baumwolle, ein superleichtes  
Sonnenshirt mit  
Spaghettistrapaz,  
Gr. 36-46

**3.-**

**Herrn-Pullover**  
Acryl, verschiedene Modelle  
sortiert,  
Gr. 46-54

**10.-**

**Zarter saftiger  
Hinterschinken**  
gekocht, mit Schwarte

100 Gramm

**1.49**

**Herrn-Hose**  
Polyester/Schurwolle, pflege-  
leicht, in verschiedenen  
Farben

statt 59.- **29.-**

**Herrn-Poloshirt**  
Baumwolle/Acryl, 1/2 Arm,  
in modischen  
Farbkombis,  
Gr. 46-54

statt 19.90 **12.-**

**Kinder-Pullover**  
1/2 und 3/4 Arm, in hübschen  
Designs sortiert,  
Gr. 104-164

statt 14.95 **6.-**

**Kinder-T-Shirt**  
Baumwolle, mit verschiedenen  
Druckmotiven,  
Gr. 104-164

statt 4.95 **3.-**

**Gehacktes**  
1/2 Rind, 1/2 Schwein

500 Gramm

**2.98**

**Kinder-Sch**  
hochwertige Qualität,  
material Leder, verschie-  
dene Modelle und  
Farben, Gr. 31-38

Paar **19.-**

**Da.-Strapaz**  
Obermaterial Leder, Leder,  
verschiedene  
Farben, Gr. 40-46

Paar **29.-**

**Damen-Sack**  
sportlich abgerundete Form,  
material Leder, beide  
verschiedenen Farben  
und Ausführungen,  
Gr. 36-41

Paar **39.-**

**Damen-Hal**  
schlanke Form, Ober-  
material Leder,  
aus weichem  
Leder, Gr. 36-41

Paar **19.-**

**Frischwurst  
Aufschnitt**

100 Gramm

**-79**

Abgabe nur in haushaltstüblichen Mengen,  
solange Vorrat reicht.

Samstag  
bis 18 Uhr

**SOMMER VERREISE**

Hessen Altendorfer Straße

**SOMMER**

Der Kläger, ein Verein zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, hat diese Anzeige in mehrfacher Hinsicht beanstandet. Die Beklagte habe damit entgegen den Bestimmungen der Verordnung über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom 13.7.1950 für einen vorweggenommenen Sommerschlußverkauf geworben. Zugleich habe sie eine unerlaubte Sonderveranstaltung i.S. der Anordnung betr. Sonderveranstaltungen vom 4.7.1935 angekündigt, weil sie für die Ferienzeit in Bezug auf Schuhe und Textilien Sonderangebote unter Gegenüberstellung ihrer früheren und jetzigen Preise geworben habe.

Der Kläger hat beantragt,

der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu untersagen, zu Wettbewerbszwecken innerhalb eines Zeitraums von 25 Tagen vor Beginn eines jeweiligen Sommerschlußverkaufs auf Sonderangebote in Bezug auf Textilien und Schuhe hinzuweisen, den bisherigen höheren Preisangaben die nunmehr von ihr berechneten niedrigeren Preise gegenüberzustellen und in diesem Zusammenhang hervorzuheben: "Sommer, Sonne und Verreisen! Alles staunt bei solchen Preisen!".

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt und dazu vorgetragen, die angegriffene Anzeige enthalte lediglich die übliche wöchentliche Ankündigung von Sonderangeboten.

Sie habe daher weder für einen vorweggenommenen Sommerschlußverkauf geworben noch auf eine unzulässige Sonderveranstaltung aufmerksam gemacht.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß zur Unterlassung verurteilt. Die dagegen verfolgte Berufung hat das Oberlandesgericht - entsprechend einem inso- weit geänderten Antrag des Klägers - mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln untersagt worden ist, zu Wettbewerbs- zwecken innerhalb eines Zeitraums von 25 Tagen vor Beginn eines Sommerschlußverkaufs auf eine Vielzahl von den Gesamtcharakter einer Werbeaktion bestimmenden Sonderangeboten von Textil- und Schuhwaren hinzuweisen, dabei den bisherigen höheren Preisangaben die nunmehr von ihr berechneten niedrigeren Preise gegenüberzustellen und in diesem Zusammenhang hervorzuheben: "Sommer, Sonne und Verreisen! Alles staunt bei solchen Preisen!".

Gegen dieses Urteil richtet sich die Revision der Beklagten, die ihren bisherigen Antrag, die Klage abzuweisen, weiterverfolgt. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

### Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat in der beanstandeten Anzeige einen Verstoß gegen § 1 Abs. 1 der Verordnung über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom 13.7.1950 i.V.m. §§ 1 und 9 UWG erblickt und dazu ausgeführt:

Ob eine unzulässige Vorwegnahme eines Saison-Schlußverkaufs vorliege, richte sich nach den Anschauungen des Verkehrs. Insoweit sei zu berücksichtigen, daß die Werbeanzeige der Beklagten weniger als 4 Wochen vor dem offiziellen Beginn des Sommerschlußverkaufs erschienen sei. In dieser Zeit denke der Verkehr bereits an den bevorstehenden Schlußverkauf, ziehe ihn mit in seine Kaufentscheidungen ein und rechne mit der Möglichkeit vorgezogener Schlußverkäufe, zumal weite Teile der betroffenen Verkehrskreise keine genauen, sondern nur ungefähre Vorstellungen von dem offiziellen Beginn des Sommerschlußverkaufs hätten. Hinzu komme, daß mit der groß herausgestellten Überschrift "Sommer, Sonne und Verreisen!" eine besondere saisonbedingte Verkaufsaktion angekündigt worden sei, daß die Angebotsliste der Beklagten - abgesehen von der letzten Angebotszeile - typische Schlußverkaufsartikel betreffe, daß sie sich nicht nur auf einzelne Artikel, sondern auf ganze Sortimente beziehe und daß die Beklagte auch mit den angegebenen Preisen sowohl im Hinblick auf das Ausmaß der Preisreduzierung als auch im Hinblick auf die Betonung dessen durch den Slogan "Alles staunt bei solchen Preisen" auf eine Schlußverkaufsveranstaltung

hingewiesen habe. Alles das spreche dafür, daß der Verkehr eine Zeitungsanzeige wie die vorliegende als Ankündigung eines vorweggenommenen Schlußverkaufs verstehe. Demgegenüber falle nicht ins Gewicht, daß bei der Außenwerbung für Schlußverkäufe eine Gegenüberstellung der früheren und der jetzigen Preise unzulässig und unüblich sei. Insoweit handele es sich um eine Einzelheit der Schlußverkaufsregelung, die dem Verkehr nicht bewußt sei. Auch sei unerheblich, daß die Angebote im unteren Teil der Anzeige Fleischwaren betrafen. Wer dies bei genauerer Betrachtung der Anzeige wahrnehme, werde nicht verkennen, daß diese Waren auch mit dem vorangestellten Motto der Anzeige "Sommer, Sonne und Verreisen!" nichts zu tun hätten und nichts darüber besagten, wie die Werbung im Übrigen zu verstehen sei. Schließlich werde der Eindruck einer Werbung für einen vorweggenommenen Schlußverkauf auch nicht dadurch beseitigt, daß sich im oberen Teil der Anzeige die wiederholte Angabe "Abdonnerstag-Sonderangebote" befinde und daß die Beklagte, wie sie vorgetragen habe, regelmäßig wöchentlich eine ähnliche Verkaufsaktion veranstalte. Der Hinweis "Abdonnerstag-Sonderangebote" gehe im Gesamtbild der Anzeige völlig unter, und die Deklarierung als Sonderangebote bilde in der Vorstellung der Verbraucher zumindest bei einer Massierung solcher Angebote keinen notwendigen Gegensatz zur Annahme eines Schlußverkaufs. Die sonstige Werbepraxis der Beklagten sei im wesentlichen nur den Stammkunden ihrer Märkte bekannt, während sich

die angegriffene Werbung an die Allgemeinheit richte, der die sonstige Werbung der Beklagten nicht bewußt sei.

Im Hinblick darauf, daß der Gesamteindruck der angegriffenen Werbung i.S. der Ankündigung eines vorweggenommenen Schlußverkaufs wesentlich durch die Vielzahl der herausgestellten Angebote mit reduzierten Preisen beeinflußt werde, habe dieser Umstand auch in der Formulierung des Urteilstenors zum Ausdruck gelangen müssen. Darin liege keine teilweise Abweisung der Klage, sondern lediglich die Anpassung des beantragten Verbots an die konkrete Verletzungsform im Rahmen der Begründung des Klagebegehrens.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

1. Nach der Verordnung über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom 13.7.1950 dürfen Werbe- und Verkaufsveranstaltungen um die Wende eines Verkaufsabschnitts i.S. des § 9 UWG - von hier nicht in Betracht kommenden Ausnahmen abgesehen (§ 1 Abs. 3 der VO) - nur zu den in § 1 Abs. 1 und § 3 Abs. 1 und 2 der VO genannten Zeiten abgehalten werden. Ohne Rechtsverstoß hat das Berufungsgericht auf der Grundlage der von ihm dazu getroffenen Feststellungen angenommen, daß die Beklagte mit der angegriffenen Zeitungswerbung vom 5.7.1979 durch Ankündigung eines vorweggenommenen Sommerschlußverkaufs dagegen

verstoßen habe. Ohne Erfolg macht die Revision demgegenüber geltend, daß in der beanstandeten Anzeige die Ankündigung eines vorweggenommenen Sommerschlußverkaufs schon deshalb nicht zu erblicken sei, weil zwischen dem Tag des Erscheinens der Anzeige (5.7.1979) und dem Beginn des Sommerschlußverkaufs (30.7.1979) ein Zeitraum von ca. 3 1/2 Wochen liege, der weit länger sei als die bei der Werbung für Saison-Schlußverkäufe üblicherweise zu beachtende Karenzzeit von 14 Tagen und der es deshalb ausschließe, von der Vorwegnahme einer Schlußverkaufsveranstaltung oder einer Werbung für eine solche Veranstaltung zu sprechen.

Ob ein aus dem Rahmen des regelmäßigen Geschäftsbetriebs herausfallender vorweggenommener Schlußverkauf vorliegt, richtet sich, wie der Senat wiederholt ausgesprochen hat, nach der Verkehrsauffassung. Maßgebend insoweit ist das Gesamtbild, wie es sich dem Publikum nach Art, Inhalt und Gestaltung der Werbung und den sonstigen Umständen darstellt. Auch der zeitliche Abstand zwischen den gesetzlichen Schlußverkaufszeiten und der angekündigten Verkaufsaktion ist dabei von wesentlicher, u.U. entscheidender Bedeutung. Denn in der Regel kommt bei zeitlicher Nähe des Beginns oder des Endes des Schlußverkaufs jedenfalls dann leicht der Gedanke an eine Vorwegnahme oder Verlängerung der Verkaufsaktion auf, wenn die Ankündigung nicht deutlich erkennen läßt, daß es sich entweder um Angebote des regelmäßigen Geschäftsverkehrs oder um einzelne Sonderangebote handelt. Im Hinblick darauf können Sonderangebote,

insbesondere in den sog. Karenzzeiten von 14 Tagen vor und nach der Wende eines Verkaufsabschnitts, umso eher den Eindruck einer vorweggenommenen oder verlängerten Schlußferkaufsveranstaltung hervorrufen, je näher sie dem Anfangs- oder Endtermin einer Schlußverkaufsaktion liegen (BGH GRUR 1959, 544, 547 = WRP 1959, 348, 350 - Modenschau; GRUR 1962, 36, 40, 41 = WRP 1961, 277, 282, 283 - Sonderangebot/Sonderveranstaltung I; GRUR 1976, 702 = WRP 1976, 174 - Sparpreis; GRUR 1982, 241, 242 = WRP 1982, 218, 219 - Sonderangebot in der Karenzzeit; s. auch das zur Veröffentlichung bestimmte Senatsurteil vom 2.12.1982 - I ZR 106/80 - Eine Fülle von Sonderangeboten; vgl. ferner "Merkblatt für die Werbung vor den Schlußverkäufen" des Deutschen Industrie- und Handelstages und anderer Spitzenverbände der Wirtschaft, WRP 1981, 295). Feste zeitliche Grenzen (Karenzzeiten) bestehen jedoch insoweit nicht. Sonderangebote sind im heutigen Geschäftsverkehr, auch in der Branche der Beklagten, eine alltägliche Erscheinung und das ganze Jahr über üblich. Einzelne Sonderangebote innerhalb einer Zeit von 2 Wochen vor oder nach einem Schlußverkauf verstoßen daher nicht stets und zwingend allein schon deshalb gegen die Vorschriften der Verordnung über Sommer- und Winterschlußverkäufe, weil sie im Rahmen dieser so bezeichneten Karenzzeit liegen (BGH GRUR 1982, 241, 242 = WRP 1982, 218, 219 - Sonderangebot in der Karenzzeit). Andererseits können - da die Verkehrsbeteiligten vielfach keine klare Vorstellung von den Terminen und Zeiträumen der Sommer- und Winterschlußverkäufe haben - auch Werbe- und Verkaufsaktionen

außerhalb einer solchen 2-wöchigen Zeitspanne eine unzulässige Vorwegnahme eines Schlußverkaufs sein, wenn nach den gesamten Umständen des Falles der Eindruck erweckt wird, daß es sich um eine solche aus dem Rahmen des regelmäßigen Geschäftsbetriebs herausfallende vorweggenommene Verkaufsveranstaltung handele (BGH GRUR 1962, 36, 41 = WRP 1961, 277, 282, 283 - Sonderangebot/Sonderveranstaltung I; GRUR 1976, 702 = WRP 1976, 174 - Sparpreis; GRUR 1982, 241, 242 = WRP 1982, 218, 219 - Sonderangebot in der Karenzzeit; Senatsurteil vom 2.12.1982 - I ZR 106/80 - Eine Fülle von Sonderangeboten).

Die danach maßgebenden Voraussetzungen für die Zulässigkeit einer Verkaufsveranstaltung und Werbeaktion vor Beginn der Saison-Schlußverkäufen hat das Berufungsgericht nicht verkannt. Es hat festgestellt, daß die Beklagte in einer Weise geworben hat, die Schlußverkaufsstimmung erzeugt ("Sommer, Sonne und Verreisen"), daß es sich bei der Angebotsliste der Beklagten um massierte Angebote typischer Schlußverkaufsartikel handelt und daß die angegebenen Preise sowohl im Hinblick auf das Ausmaß ihrer Reduzierung als auch im Hinblick auf die Betonung dieser Preisreduzierung ("Alles staunt bei solchen Preisen") den Charakter eines Schlußverkaufs unterstreichen.

Wenn deshalb das Berufungsgericht meint, daß die Werbung der Beklagten den Eindruck einer vorweggenommenen Schlußverkaufsveranstaltung gemacht hat, so ist dieser im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet liegenden Beurteilung aus Rechtsgründen nicht entgegenzutreten. Die Revision beschränkt sich insoweit auch lediglich darauf, die Einzelpunkte der Erwägungen des Berufungsgerichts als denk- und erfahrungswidrig anzugreifen. Die Revision übersieht aber, daß das Berufungsgericht nicht auf die Bedeutung der Einzelerwägungen, sondern auf die Gesamtschau der in Betracht zu ziehenden Umstände abgestellt hat, und daß die so gebildete trichterliche Überzeugung vom Eindruck eines vorweggenommenen Schlußverkaufs möglich ist, wenn nicht sogar nahe liegt.

Das Berufungsgericht hat im einzelnen berücksichtigt, daß für Sommerschlußverkäufe typische Werbetexte wie "Sommer, Sonne und Verreisen - alles staunt bei solchen Preisen" vom Verkehr erfahrungsgemäß als eine saisonbedingte Verkaufsaktion aufgefaßt werden und den Gedanken an einen Sommerschlußverkauf nahelegen. Darüber hinaus hat es in Rechnung gestellt, daß die Angebote der Beklagten mit Ausnahme der letzten Angebotszeile Waren betreffen, wie sie im Rahmen von Schlußverkaufsveranstaltungen angeboten werden, daß es sich dabei - anders als in dem Senatsurteil "Einmalige Gelegenheit" (GRUR 1980, 722 = WRP 1980, 540), auf das sich die Revision beruft - nicht nur um einzelne Artikel, sondern um ganze Warengruppen handelt und daß auch das Ausmaß der Preisherabsetzung von bis zu 60 % und die besondere Herausstellung

dessen ("Alles staunt bei solchen Preisen") nicht auf übliche Sonderangebote im Rahmen des gewöhnlichen Geschäftsbetriebs, wohl aber auf Saison-Schlußverkäufe und deren Ankündigungen hinweisen. Es enthält keinen Rechtsverstoß, wenn das Berufungsgericht im Hinblick auf diese Gegebenheiten und mit Rücksicht darauf, daß Werbetexte wie "Sommer, Sonne und Verreisen - Alles staunt bei solchen Preisen" gerade bei Sommerschlußverkäufen gebräuchlich sind und die Verkaufsveranstaltung im Schlußverkaufsmonat - wenn auch 25 Tage vor Beginn des Sommerschlußverkaufs - angekündigt wurde, von der Annahme ausgegangen ist, daß der Verkehr derartige Werbeaktionen als Ankündigung vorweggenommener Schlußverkäufe auffaßt. Das Berufungsgericht hat dabei nicht außer acht gelassen, daß die Angebote im unteren Teil der Anzeige Artikel betreffen, die nicht schlußverkaufsfähig sind, und daß sich im oberen Teil mehrfach die Angabe "Abdonnerstag-Sonderangebote" befindet und die Beklagte nach ihrem Vorbringen regelmäßig Verkaufsaktionen mit Sonderangeboten veranstaltet. Es ist nicht zu beanstanden, wenn das Berufungsgericht meint, daß diese Umstände dem beim Publikum durch den übrigen Inhalt der Anzeige hervorgerufenen Eindruck einer Sommerschlußverkaufsveranstaltung nicht hinreichend entgegenwirken. Auch wenn die Beklagte - wovon das Berufungsgericht ausgegangen ist - regelmäßig an Donnerstagen mit Sonderangeboten zum Wochenende an das interessierte Publikum herantritt und die Kenntnis davon bei diesem verbreitet ist, ändert das nichts daran, daß erfahrungsgemäß relevante Teile des Verkehrs in Zeiten von

Sommer- und Winterschlußverkäufen oder bei zeitlicher Annäherung an solche Zeiträume derartige Sonderangebote vielfach als Saisonschlußverkäufe auffassen, wenn sonstige Umstände der Verkaufsveranstaltung oder der Werbung dafür - wie hier die blickfangartige, plakative Herausstellung von auf Sommerschlußverkäufe hinweisenden Slogans ("Sommer, Sonne und Verreisen - Alles staunt bei solchen Preisen") - den Eindruck einer Schlußverkaufs-**veranstaltung** trotz einer gewissen zeitlichen Distanz zum Beginn des Sommerschlußverkaufs nahe legen.

Die Revision kann demgegenüber nicht mit Erfolg darauf verweisen, daß die angegriffene Werbung den Eindruck eines Sommerschlußverkaufs auch deshalb nicht hervorrufe, weil die angegebenen Preise den früheren gegenübergestellt worden seien, was in dieser Form bei Saisonschlußverkäufen unzulässig sei. Zutreffend hat das Berufungsgericht dazu ausgeführt, daß es sich insoweit um eine Einzelheit der Schlußverkaufsregelung handele, die dem Verkehr nicht bewußt sei. Im Hinblick darauf liegt sogar in der besonderen Betonung der Preis-herabsetzung durch Gegenüberstellung der früheren und der jetzigen Preise im Zusammenhang mit dem Ausmaß der Preisreduzierung von bis zu 60 % ein Umstand, der den Eindruck mitbegründet, daß die Beklagte einen vorweggenommenen Sommerschlußverkauf angekündigt hat.

2. Die Revision meint weiter, der Urteilstenor verstoße hinsichtlich des Ausspruchs "auf eine Vielzahl von den Gesamtcharakter einer Werbeaktion

bestimmenden Sonderangeboten von Textil- und Schuhwaren hinzuweisen" gegen den Grundsatz, daß die Urteilsformel hinreichend bestimmt sein und einen vollstreckungsfähigen Inhalt haben müsse. Auch insoweit kann die Revision keinen Erfolg haben. Nach den Ausführungen im Berufungsurteil hat das Berufungsgericht als Streitgegenstand das Begehren angesehen, der Beklagten die Wiederholung der angegriffenen Zeitungsanzeige vom 5.7.1979 zu verbieten. Zwar enthalten der Antrag des Klägers und der Tenor des Urteils dieses Begehren nur abstrakt und verallgemeinernd, insoweit also in einer Form, die über den Gegenstand der beanstandeten Anzeige hinausgeht. Ausdrücklich hat aber das Berufungsgericht die Rechtsverletzung allein aus dem Inhalt und der Gestaltung der vorliegenden Anzeige hergeleitet. Demgemäß ist davon auszugehen, daß es den Klageantrag unbeschadet seiner verallgemeinernden Formulierung sachlich nur auf die konkrete Verletzungshandlung bezogen hat und daß auch der Urteilstenor in diesem Sinne verstanden werden soll. Das ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

III. Die Revision der Beklagten war danach als unbegründet zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Zülch

Piper

Erdmann

Teplitzky