

Nicht für die Amtliche Sammlung!

005

Gesetz: UnlWG §§ 1, 3

- Rechtssatz: 1.) Eine unrichtige Werbeangabe, durch die nicht der Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorgerufen wird, so daß die Anwendbarkeit des § 3 UnlWG entfällt, kann nach § 1 UnlWG unzulässig sein, wenn durch sie der Verkehr über die Geschäftsverhältnisse eines Mitbewerbers (hier: über die Verkaufsstätten einer Ware) irregeführt und dadurch der Absatz von Mitbewerbern beeinträchtigt wird.
- 2.) Unvollständigkeit einer Werbeangabe ist nicht immer gleichbedeutend mit Unrichtigkeit.

Aktenzeichen: I ZR 220/55

Urt. des BGH v. 26. April 1957

OLG Schleswig

52242 1957, 491

Verkündet
am 26. April 1957
Grunau, Justizobersekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

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

In dem Rechtsstreit

der "W[REDACTED]"-Aktiengesellschaft in D[REDACTED], G[REDACTED]
Allee [REDACTED], vertreten durch ihren Vorstand, Direktor
Karl M[REDACTED], daselbst,

Beklagten und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

den D[REDACTED]-Verband S[REDACTED]-H[REDACTED] e.V. in L[REDACTED],
vertreten durch seinen ersten Vorsitzenden, Hans H[REDACTED] in
L[REDACTED], H[REDACTED] str. [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Freiherr von
[REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs
auf die mündliche Verhandlung vom 26. April 1957
unter Mitwirkung der Bundesrichter Prof. Dr. h.c. Wilde,
Dr. Bock, Dr. Krüger-Nieland, Dr. Nastelski und
Dr. Christoph

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil
des 6. Zivilsenats des Schleswig-Holsteinischen Ober-
landesgerichts in Schleswig vom 30. September 1955
aufgehoben.

Die Klage wird abgewiesen.

Die gesamten Kosten des Rechtsstreits werden
dem Kläger auferlegt.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte stellt in ihrem kosmetischen Unternehmen neben anderen Haarpflegemitteln einen Frisierkrem mit der Bezeichnung "W[REDACTED]" her. Diesen Frisierkrem liefert sie ausschließlich an Friseure. Die Beklagte wirbt ständig durch Zeitungsanzeigen für "W[REDACTED]".

In der Zeit vom 12. September 1954 bis 6. November 1954 veröffentlichte sie in den "Lübecker Nachrichten" mehrere derartige Anzeigen. Diese zeigen links die Abbildung einer mit dem Kopf nach links unten schräg gestellten Tube mit der Aufschrift "W[REDACTED]". Über ihr stehen die Worte "Gut frisiert, Glanz im Haar!" oder "Gut frisiert: nett-adrett!". Unter der Tube befindet sich die Bezeichnung "Kolestral-Frisiercreme". Die rechte Bildseite dieser Anzeige weist einen wohlfrisierten Kopf auf, neben dem ein Kreiszeichen mit dem Wort "W[REDACTED]" steht. Unten quer über sämtliche Anzeigen zieht sich, gegen den übrigen Text abgesetzt und in etwas schwächerem Druck, die Zeile "Weil für's Haar, nur beim Friseur zu haben!". Die Anzeigen schließen ab mit dem Satz "Gratistube von W[REDACTED]-D[REDACTED]-Abteilung 88".

Außerdem versandte die Beklagte an die Friseure Rundschreiben vom 12. Februar, 10. Juni, 25. Oktober 1954 (letzteres nur an die Obermeister), mit denen sie für den Vertrieb von W[REDACTED] warb. In den Rundschreiben vom 12. Februar und 6. Juni 1954 weist die Beklagte darauf hin, daß sie durch den Alleinverkauf von "W[REDACTED]" an die Friseure deren Forderung, es solle Haarpflegemittel nur beim Friseur geben, unterstütze. Zugleich ebnete sie



den Friseuren den Weg für einen besseren allgemeinen Verkauf von Haarpflegemitteln. Denn sie gewöhne durch ihren in Zeitungsanzeigen ständig veröffentlichten Werbespruch "Weil für's H a a r , nur beim Friseur zu haben" die Verbraucher daran, außer W [REDACTED] auch andere Haarpflege- und Schönheitsmittel beim Friseur zu kaufen. In dem Rundschreiben vom 25. Oktober 1954 an die Obermeister der Friseur-Innungen ermahnt die Beklagte die Friseure, dafür zu sorgen, daß "W [REDACTED]" nicht in fachfremde Kanäle fließe, und verweist in diesem Zusammenhang darauf, daß "W [REDACTED]" von Friseuren an Drogerien abgegeben worden sei. Im Rundschreiben vom 1. November 1954 fordert die Beklagte die Friseure auf, durch den Kauf von "W [REDACTED]" mit ihr gemeinsam "die weitverbreitete Verbrauchergewohnheit, Haarpflegemittel in fachfremden Geschäften zu kaufen, zu bekämpfen".

Der Kläger, ein Drogistenverband, ist der Auffassung, die Beklagte treibe durch die Benutzung des Werbespruches "Weil für's H a a r , nur beim Friseur zu haben" unlauteren Wettbewerb. In dieser Werbezeile liege für den unbefangenen Leser die Behauptung, daß Haarpflegemittel nur beim Friseur erhältlich seien, und daß der Friseur der alleinige Fachmann für den Verkauf von Haarpflegemitteln sei. Außerdem stelle dieser Werbesatz die Behauptung auf, daß die Verbraucher gewöhnt seien, Haarpflegemittel nur beim Friseur zu kaufen. Diese Werbebehauptungen seien unrichtig, weil Haarpflegemittel auch von anderen Geschäften, vornehmlich von Drogerien, verkauft würden und die Drogisten auf Grund ihrer Berufsausbildung als Fachleute für den Verkauf von Haarpflegemitteln anzusehen seien. In den Rundschreiben der Beklagten komme deutlich zum Ausdruck, daß diese durch den Werbespruch die Drogisten und andere Fachhändler für Haarpflegemittel

als fachfremd hinstellen und den Friseuren eine Monopolstellung für den Verkauf von Haarpflegemitteln verschaffen wolle.

Mit der Klage verlangt der Kläger Verurteilung der Beklagten zur Unterlassung, in ihrer Werbung, insbesondere durch den Werbetext "Weil für's H a a r , nur beim Friseur zu haben!" zu behaupten, daß der Verkauf von Haarpflegemitteln ausschließlich oder überwiegend durch Friseurgeschäfte erfolge, und daß der Friseur der alleinige oder besondere Fachmann für den Verkauf von Haarpflegemitteln sei. Außerdem fordert sie Erteilung der Veröffentlichungsbefugnis des verurteilenden Erkenntnisses.

Die Beklagte beantragt Klageabweisung. Nach ihrer Meinung enthält der beanstandete Werbespruch die zutreffende Aussage, daß "W[REDACTED]" nur beim Friseur erhältlich sei. Darüber hinaus lasse sich aus der Werbezeile lediglich noch entnehmen, daß die Beklagte den Alleinvertrieb ihres Frisierkreams deshalb dem Friseur überlasse, weil dieser nach ihrer Meinung für den Verkauf von Haarpflegemitteln besonders geeignet sei. Jede andere Ausdeutung des Werbespruches sei willkürlich.

Das Landgericht hat die Beklagte verurteilt, es zu unterlassen, mit der Behauptung zu werben, der Friseur sei der alleinige Fachmann für den Verkauf von Haarpflegemitteln. Im übrigen hat es die Klage abgewiesen. Nach Auffassung des Landgerichts ist der von der Beklagten in den Zeitungsanzeigen veröffentlichte Werbespruch wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden. Der unbefangene Leser könne dieser Werbezeile nicht die Behauptung entnehmen, daß Haarpflege-

mittel ausschließlich durch die Friseure vertrieben würden oder eine Käufergewohnheit bestehe, Haarpflegemittel nur oder doch nur überwiegend beim Friseur zu kaufen. Es sei auch zweifelhaft, ob der Durchschnittsleser aus der Anzeige die Behauptung herauslese, der Friseur sei der alleinige Fachmann für den Verkauf von Haarpflegemitteln. Aber selbst wenn man dies unterstelle, so scheitert nach Ansicht des Landgerichts die Annahme eines nach § 1 UnlWG unzulässigen kritisierenden Vergleichs daran, daß die Behauptung, der Friseur sei der alleinige Fachmann für den Verkauf von Haarpflegemitteln, nicht hinreichend deutlich erkennen lasse, mit welchen Gruppen von Gewerbetreibenden die Friseure verglichen werden sollten. Das Landgericht erblickt jedoch eine unzulässige vergleichende Reklame der Beklagten in ihren an die Friseure gerichteten Rundschreiben, da darin die Drogisten in Gegensatz zu den Friseuren gestellt und als fachfremd bezeichnet würden. Der Inhalt dieser Rundschreiben erfüllt nach Ansicht des Landgerichts außerdem den Tatbestand der §§ 3 UnlWG und 826 BGB.

Gegen dieses Urteil hat die Klägerin Berufung eingelegt. Den Unterlassungsanspruch hat sie dahin gefaßt, der Beklagten aufzugeben, den Werbespruch "Weil für's H a a r , nur beim Friseur zu haben!" oder einen ähnlichen nicht mehr zu benutzen. Außerdem hat sie geltend gemacht, die beanstandete Werbung der Beklagten verstoße auch gegen die Dekartellierungsbestimmungen der MilitärRegVO 78.

Die Beklagte hatte Anschlußberufung eingelegt mit dem Antrage, die Klage auch abzuweisen, soweit Verurteilung erfolgt ist. Diese Anschlußberufung haben die Parteien

übereinstimmend für erledigt erklärt, nachdem der Kläger zu gerichtlichem Protokoll erklärt hatte, daß er auf seine Rechte aus dem angefochtenen Urteil verzichte.

Das Oberlandesgericht hat der Beklagten untersagt, den Werbespruch "Weil für's H a a r , nur beim Friseur zu haben!" oder einen ähnlichen zu benutzen, und hat dem Kläger außerdem Veröffentlichungsbefugnis zuerkannt. Die Kosten der erledigten Anschlußberufung hat das Berufungsgericht dem Kläger (1/3), die übrigen Kosten der Beklagten auferlegt.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag in vollem Umfange weiter, während der Kläger um Zurückweisung der Revision bittet.

Entscheidungsgründe:

Gegenstand des Revisionsverfahrens ist der die Werbebehauptung "Weil für's H a a r , nur beim Friseur zu haben!" betreffende Unterlassungsantrag des Klägers und die von ihm erbetene Veröffentlichungsbefugnis. Diesen Anträgen hat das Berufungsgericht im Gegensatz zum Landgericht stattgegeben.

1.) Den Unterlassungsanspruch hat das Berufungsgericht zunächst im Rahmen des § 3 UnlWG geprüft. Dabei ist es zu dem Ergebnis gelangt, daß er aus diesem Gesichtspunkte nicht begründet sei. Nach Auffassung des Berufungsgericht enthält der beanstandete Werbesatz der Beklagten zwar eine unvollständige und deshalb unrichtige Angabe über Geschäftsverhältnisse. Die Unvollständigkeit und damit Unrichtigkeit

der Werbeangabe der Beklagten erblickt das Berufungsgericht darin, daß sich die Beklagte nicht auf den zweiten Teil des beanstandeten Werbesatzes ("nur beim Friseur zu haben") beschränke, womit unmißverständlich ausgedrückt werde, daß die Beklagte nach dem ihr frei stehenden Entschluß den Frisierkrem nur durch Friseure vertreiben wolle. Die von der Beklagten dafür hinzugefügte Begründung ("Weil für's H a a r ") gebe nur einen Grund für diese Beschränkung des Vertriebes, nämlich den angeblich objektiven Grund an. Dieser angegebene Grund sei aber für die Beklagte in Wirklichkeit nicht bestimmend und auch sonst nicht zutreffend und deshalb unwahr und eine unrichtige Angabe, weil Haarpflegemittel unbestritten nicht nur beim Friseur zu haben seien. Der wahre Grund für die Beklagte, nämlich daß der Frisierkrem "W [REDACTED]" nur deshalb beim Friseur zu haben sei, weil sie es so wolle, erscheine nicht.

Nach Meinung des Berufungsgerichts ist diese unvollständige und damit unrichtige Werbung der Beklagten aber nicht geeignet, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen. Bei Beurteilung der Wirkung der streitigen Zeitungsanzeigen auf den Verkehr ist das Berufungsgericht zutreffend davon ausgegangen, daß es insoweit auf den Gesamteindruck der betreffenden Werbeangaben beim Durchschnittszeitungsleser ankommt. Es führt im einzelnen aus: Die Abbildungen der Tube "W [REDACTED]" und des frisierten Kopfes im oberen Teil der Anzeige seien im Verhältnis zu dem übrigen Inhalt so auffällig, daß sie zunächst den Blick des Betrachters auf sich lenkten. Erst nachdem dieser durch die Bilder und vielleicht auch noch durch die daneben befindlichen Werbeaussagen: "Gut frisiert - Glanz im Haar" u.ä. darauf aufmerksam gemacht worden sei, daß es sich um die Werbung

für einen bestimmten Frisierkrem, nämlich für "W[REDACTED]" handle, werde er die weiteren im unteren Teil der Anzeige enthaltenen Angaben lesen. Erst dann werde er also auch den Werbespruch ("Weil für's H a a r , nur beim Friseur zu haben") und den Hinweis auf den Bezug einer Gratistube als ergänzenden Hinweis zum übrigen Inhalt der Anzeige zur Kenntnis nehmen. Aus diesen beiden Schlußsätzen werde der Leser entnehmen, daß der Frisierkrem nur beim Friseur erhältlich und eine Gratistube von W[REDACTED] AG zu haben sei. Darin werde er allenfalls eine gewisse Ungereimtheit sehen, da ja Haarpflegemittel auch anderweitig als beim Friseur gekauft werden könnten, aber alle weiteren Schlüsse, von denen der Kläger zur Klagebegründung ausgehe, könne allenfalls ein Leser mit ungewöhnlich scharfem Verstande oder mit besonders gewecktem Interesse, etwa dem eines Mitbewerbers, ziehen. Solche Leser entsprächen aber nicht dem zugrunde zu legenden Mittelmaß. Der Leser entnehme also nicht dem beanstandeten Werbespruch die angeblich inneliegende Behauptung, daß dieser Krim nur beim Friseur zu haben sei, weil der Friseur der alleinige oder besondere Fachmann für den Verkauf von Haarpflegemitteln sei. Der Leser werde daher an den streitigen Werbesatz nicht die Überlegung knüpfen, daß der Frisierkrem "W[REDACTED]" deshalb besonders zu empfehlen sei, weil er nur beim Friseur zu haben sei. Der Anschein eines besonders günstigen Angebots werde also nicht hervorgerufen.

Es kann in diesem Zusammenhange auf sich beruhen, ob die Annahme des Berufungsgerichts, daß die beanstandete Werbeangabe der Beklagten an und für sich unvollständig und deshalb unrichtig sei, bedenkenfrei ist. Denn in jedem

Fälle muß § 3 UnlWG als Klagegrundlage für den Unterlassungsanspruch des Klägers ausscheiden, weil auch eine solche unrichtige Angabe, wie das Berufungsgericht rechtsirrtumsfrei ausgeführt hat, nicht geeignet wäre, den Anschein eines besonders günstigen Angebots beim Abnehmer hervorzurufen.

2.) Hingegen erachtet das Berufungsgericht den Unterlassungsanspruch des Klägers aus § 1 UnlWG als begründet, weil die Beklagte eine Werbung mit Unwahrheit betreibe, was sittenwidrig im Sinne der genannten Vorschrift sei. Eine solche Unwahrheit erblickt das Berufungsgericht, wie bereits oben zu Ziffer 1 angeführt, in dem Halbsatz "Weil für's H a a r ", den es im Rahmen der Prüfung dieser Frage eine selbständige Bedeutung innerhalb der Werbezeile beimißt. Darin liege die unrichtige Behauptung, daß es Haarpflegemittel nur beim Friseur gebe. In Wirklichkeit sei aber "Wellaform" nicht deshalb ausschließlich in Friseurgeschäften zu haben, weil es ein Haarpflegemittel sei, sondern weil die Beklagte "W [REDACTED]" nur an Friseure liefern wolle. Diese subjektive Entschließung der Beklagten trete in dem Halbsatz "Weil für's H a a r ", nicht hervor. Den Einwand der Beklagten, der beanstandete Werbesatz beziehe sich nur auf den von ihr hergestellten Wellaformkrem, hat das Berufungsgericht mit der Begründung zurückgewiesen, der streitige Werbesatz stehe als groß begonnener Satz selbständig in der Aussage, sei also nicht erkennbar nur auf "Wellaform"-Frisierkrem abgestellt. Zudem sei aus den Rundschreiben der Beklagten zu entnehmen, daß sie durch die ständige gleichförmige Wiederholung ihres Werbespruches zu erreichen versuche, daß auch andere Haarpflegemittel verstärkt bei Friseuren gekauft würden. Da es allgemein bekannt sei,

daß Haarpflegemittel auch in anderen Geschäften, wie Drogerien usw. verkauft würden, entspreche die in der beanstandeten Werbeankündigung liegende Behauptung, Haarpflegemittel gebe es nur beim Friseur, gegenwärtig nicht den wahren Verhältnissen beim Absatz von Haarpflegemitteln und sei unrichtig. Der seit längerer Zeit ständig wiederkehrende Werbesatz der Beklagten aber habe eine suggestive Wirkung und sei durch seine Einwirkung auf das Unterbewußtsein der angesprochenen Verkehrskreise geeignet, beim Publikum die von der Beklagten beabsichtigte Gedankenverbindung "Haarpflegemittel-Friseur" zu erreichen. Den Mitbewerbern könne nicht zugemutet werden, solange abzuwarten, bis die von der Beklagten ausgehende Werbung mit ihrer unrichtigen Behauptung zu einer Irreführung des Publikums geführt habe. Nach Auffassung des Berufungsgerichts hätte der beanstandete Werbesatz zutreffend lauten müssen: "Weil für's Haar, und weil ich, die Beklagte, es so will, nur beim Friseur zu haben".

Diese Erwägungen des Berufungsgerichts halten, worin der Revision beizutreten ist, einer rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

Es ist allerdings richtig, daß nach dem das Wettbewerbsrecht beherrschenden Grundsatz eine Werbung wahr sein muß und daß eine unrichtige Werbeangabe, auch wenn durch sie nicht der Anschein eines besonderen günstigen Angebots hervorgerufen wird, nach § 1 UnlWG unzulässig sein kann. Das ist insbesondere dann anzunehmen, wenn durch sie der Verkehr über die Geschäftsverhältnisse eines Mitbewerbers irregeführt wird und dadurch der Absatz eines Mitbewerbers beeinträchtigt werden kann (vgl auch Baumbach-Hefermehl Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht 7. Aufl, Allg. Anm 120 S 66, 67). Als solche unrichtigen Werbe-

behauptungen kommen auch irreführende Angaben über die Vertriebsstätten einer Ware in Betracht. Für die Frage, ob die Voraussetzungen des § 1 UnlWG vorliegend gegeben sind, kommt es zunächst darauf an, wie die angesprochenen Verkehrskreise die beanstandeten Werbeangaben der Beklagten auffassen. Maßgebend ist insoweit der Gesamteindruck, den die beanstandeten Zeitungsanzeigen bei dem flüchtigen Durchschnittsbetrachter erwecken. Eine Würdigung des Sachverhalts unter diesem Gesichtspunkt hat das Berufungsgericht bereits im Rahmen der Prüfung, ob die Voraussetzungen des § 3 UnlWG gegeben sind, vorgenommen und ist dabei zu dem Ergebnis gelangt, daß der Leser den beiden Schlußsätzen entnehmen werde, daß der Krem "W[REDACTED]" nur beim Friseur und eine Gratistube bei der Wella A.G. zu haben sei. Mit diesen Feststellungen setzt sich das Berufungsgericht in Widerspruch, wenn es bei Prüfung des Vorliegens der Voraussetzungen des § 1 UnlWG ausführt, daß nicht nur dem von der Klägerin angegriffenen Werbespruch, sondern sogar dem Halbsatz "Weil für's H a a r," eine selbständige Bedeutung zukomme. Diese Bedeutung soll nach Auffassung des Berufungsgerichts darin liegen, daß das Publikum durch ständige Wiederwerbung der sehr einprägsamen Werbezeile allmählich zu dem Fehlschluß veranlaßt werden könnte, Haarpflegemittel seien in erster Linie beim Friseur als dem Fachmann für Haarpflegemittel erhältlich. Dieser Meinung des Berufungsgerichts steht indessen entgegen, daß die Werbung der Beklagten in den beanstandeten Zeitungsanzeigen eindeutig auf "W[REDACTED]" abgestellt ist, was auch einem flüchtigen Durchschnittsbetrachter nicht entgehen kann; denn jede dieser Anzeigen

14

wird von der bildlichen Wiedergabe des Erzeugnisses der Beklagten, "W [REDACTED]", beherrscht. Die beanstandete Werbezeile befindet sich, worauf schon das Landgericht zutreffend hingewiesen hat, am Fuße der Anzeigen, deren ganz überwiegender Raum und hervorstechender Inhalt in Bild und Wort für den Frisierkrem "W [REDACTED]" wirbt. Bei dieser Sachlage wird der unbefangene flüchtige Betrachter die Anzeigen nur auf das eigene Erzeugnis der Beklagten beziehen. Auch das Berufungsgericht hat im Rahmen der Erörterung, ob die Voraussetzungen des § 3 UnlWG vorliegen, hervorgehoben, die Abbildungen der Tube "W [REDACTED]" und des frisierten Kopfes im oberen Teil der Anzeigen seien so auffällig, daß sie den Blick des Betrachters zunächst auf sich zögen. Ist dies aber der Fall, so kann der streitige Werbesatz nicht als selbständige, vom übrigen Inhalt der Anzeige losgelöste Werbebehauptung angesehen werden. Daran kann sich auch dadurch nichts ändern, daß die fragliche Werbung dem Publikum nicht nur einmal, sondern in ständiger Wiederholung entgegentritt. Unter diesen Umständen verstößt die Annahme des Berufungsgerichts, es werde der Beklagten durch die ständige Wiederholung ihrer einprägsamen Werbezeile gelingen, bei den Verbrauchern oder doch einem nicht unbedeutlichen Teile von ihnen die von ihr beabsichtigte Gedankenverbindung "Haarpflegemittel - Friseur" zu erreichen und damit die Vorstellung hervorzurufen, daß Haarpflegemittel schlechthin in erster Linie beim Friseur als dem Fachmann für Haarpflegemittel erhältlich seien, gegen die Lebenserfahrung. Die unter diesem Gesichtspunkt gemäß § 286 ZPO erhobene Verfahrensrüge der Revision ist daher begründet.

Auch die Ansicht des Berufungsgerichts, daß der streitige Werbesatz unvollständig und schon deshalb un-

richtig sei, unterliegt rechtlichen Bedenken. Ein Gebot der Vollständigkeit von Werbeangaben, wie es das Berufungsgericht annimmt, besteht nach geltendem Recht nicht. Ein solches Erfordernis würde auch mit den praktischen Bedürfnissen der Wirtschaftswerbung in Widerstreit stehen; Werbeanzeigen würde dadurch weitgehend die Schlagkraft genommen. Nicht in jedem Fall ist Unvollständigkeit gleichbedeutend mit Unrichtigkeit. Im vorliegenden Fall kann dem Berufungsgericht nicht darin beigetreten werden, daß der Werbesatz, um wahr zu erscheinen, lauten müßte "Weil für's Haar, und weil ich, die Beklagte, es so will, nur beim Friseur zu haben". Denn aus dem beanstandeten Werbesatz ist auch ohne einen solchen Hinweis auf den Willen der Beklagten für einen Durchschnittsbetrachter ohne weiteres zu entnehmen, daß der ausschließlich vom Friseur vorzunehmende Verkauf von "W [REDACTED]" auf den Willen des Herstellers dieser Ware zurückgehen muß, weil dieser eben nur Friseure beliefert.

Nach alledem entfällt auch § 1 UnlWG als Klagegrundlage für den vom Kläger aus dem Gesichtspunkte unwahrer Werbeangaben über die Vertriebsstätten von Haarpflegemittel geltend gemachten Unterlassungsanspruch.

3.) Dieser Unterlassungsanspruch des Klägers läßt sich auch nicht aus dem Gesichtspunkte einer unzulässigen vergleichenden Reklame aus § 1 UnlWG begründen. Insoweit hat das Landgericht bereits zutreffend unter Hinweis auf BGH in LM UnlWG § 1 Nr 7 ausgeführt, es sei nicht deutlich erkennbar, mit welchen Gruppen von Gewerbetreibenden die

Friseure durch die streitigen Werbeangaben verglichen werden sollten.

4.) Der Unterlassungsanspruch des Klägers läßt sich schließlich auch nicht aus den Dekartellierungsbestimmungen der MilRegVO Nr 78 herleiten. Die einseitige, freiwillige Beschränkung des Vertriebsweges einer Ware durch den Hersteller fällt nicht unter diese Vorschriften.

5.) Ist sonach der Unterlassungsanspruch des Klägers aus keinem rechtlichen Gesichtspunkte begründet, so ist auch kein Raum für die von ihm geforderte Veröffentlichungsbefugnis.

Das angefochtene Urteil war mithin aufzuheben und die Klage abzuweisen. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.

Wilde

Böck

Krüger-Nieland

Nastelski

Christoph