

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG §§ 3, 13 I

Bekleidungswerk

- a) Zur Frage der Prozeßführungsbefugnis eines Verbandes i.S. des § 13 I UWG, wenn dieser keine eigene Geschäftsstelle unterhält und die Geschäftsführung einem Rechtsanwaltsbüro übertragen hat.
- b) Zur Frage der Werbung mit dem Begriff Bekleidungswerk, wenn ein Unternehmen den Direktverkauf an Letztverbraucher betreibt, jedoch ca. 1/3 seines Angebots von anderen Herstellern zugekauft hat.

BGH, Urt. v. 6. März 1986 - I ZR 14/84 - OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

BUNDESGERICHTSHOF

20

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 14/84

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
6. März 1986
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

A [REDACTED] Bekleidungswerk AG & Co. KG, gesetzlich vertreten durch den
Vorstand ihrer persönlich haftenden Gesellschafterin, H [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter:

Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

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

Kläger und Revisionsbeklagter,

- Prozeßbevollmächtigter:

Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

WII

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. März 1986 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Erdmann und Dr. Scholz-Hoppe

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird unter deren Zurückweisung im übrigen das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 22. Dezember 1983 aufgehoben, soweit die Beklagte schlechthin verurteilt worden ist, sich im geschäftlichen Verkehr mit dem Letztverbraucher in Werbeveröffentlichungen für Bekleidungsgegenstände als "Bekleidungswerk" zu bezeichnen. In diesem Umfang wird auf die Berufung der Beklagten das Urteil des Landgerichts Düsseldorf, 12. Zivilkammer, vom 25. August 1982 abgeändert und die Klage abgewiesen.

Soweit die Revision zurückgewiesen wird, erhält das genannte Urteil des Landgerichts folgende Fassung:

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden



Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 500.000,- DM zu unterlassen, sich in der Publikumswerbung für den Verkauf von Bekleidungsgegenständen an Letztverbraucher über als eigene bezeichnete Verkaufsniederlassungen blickfangmäßig als "Bekleidungswerk" zu bezeichnen.

Von den Kosten des Rechtsstreits fallen der Klägerin 2/5, der Beklagten 3/5 zur Last.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger ist eine rechtsfähige Vereinigung von Gewerbetreibenden und Verbänden von Gewerbetreibenden zur Bekämpfung von Verstößen gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Die Beklagte stellt in industrieller Fertigung Herren-, Damen- und Kinderoberbekleidung her. Sie vertreibt diese direkt an Endverbraucher über eigene Verkaufsstellen. Diese werden als "A [REDACTED] Modezentrum-Verkaufsniederlassung"

des "A██████bekleidungswerkes" bezeichnet. 68 % der von ihr angebotenen Ware stammt aus ihren eigenen Werken sowie aus Lohnaufträgen bei Dritten; den Rest ihres Angebotes kauft die Beklagte von anderen Herstellern zu. In ihrer an Endverbraucher gerichteten Werbung bezeichnet sich die Beklagte als "A██████ Bekleidungswerk", so in der Überschrift der achtseitigen farbigen Beilage zur Rheinischen Post vom 23. März 1982: "A██████ Bekleidungswerk informiert". Einer der hervorgehobenen Werbesätze auf der Seite 7 dieser Zeitungsbeilage lautet: "... Gute Qualität unverschämt günstig dank eigener Produktion". Auf der letzten Seite unten heißt es in kleinem Druck: "Sortimentsabrundung durch Zukauf bei den leistungsstärksten Modeherstellern Europas".

Der Kläger hat behauptet, die angesprochenen Endverbraucher erwarteten aufgrund der Werbung mit dem Begriff "Bekleidungswerk" in Verbindung mit dem Verkauf in werkeigenen Verkaufsniederlassungen, daß die angebotene Ware aus dem Werk der Beklagten stamme. Das lege dem Verkehr die Annahme nahe, daß das Angebot besonders günstig sei, weil es sich um einen Direktverkauf unter Ausschaltung des Zwischenhandels handele. Die Werbung mit dem Begriff "Bekleidungswerk" sei irreführend, weil die Beklagte nur 68 % ihres Angebots selbst herstelle. Die Erwartung von Direktverkaufsvorteilen habe daher zum Teil keine zutreffende Grundlage.

Die Beklagte hat eine Irreführung in Abrede gestellt. Die Bezeichnung als "Bekleidungswerk" sei richtig, weil - das ist unstreitig - die Beklagte sowohl nach der

Unternehmensgröße wie auch nach der Fertigungsweise die vom Verkehr von einem als Werk bezeichneten Unternehmen erwarteten Voraussetzungen erfülle. Von einem Bekleidungswerk erwarte der Verbraucher nicht, daß dieses ausschließlich selbst hergestellte Produkte vertreibe. In der Textilbranche, auch auf anderen Gebieten, wie z.B. der Elektrobranche, gebe es eine Vielzahl von Herstellern, die ganz oder teilweise an Endverbraucher verkauften und dabei gleichzeitig in erheblichem Maße Fremdprodukte anböten. Das sei seit Jahrzehnten Handelsübung. Der Zukauf sei auch für die Entschlüsse der Verbraucher nicht von Bedeutung, weil sie gleiche Qualitäts- und Preiskriterien wie bei ihrer eigenen Produktion anwende. Sie werbe auch ständig mit dem Zusatz: "Wir führen auch Spitzenerzeugnisse anderer leistungsstarker Modehersteller". Der Verkehr entnehme aus dem Begriff "Bekleidungswerk" nicht, daß es sich um gegenüber dem Einzelhandel besonders günstige Angebote handele.

Jedenfalls gehe ein uneingeschränktes Verbot der werblichen Benutzung ihrer Firmenbezeichnung zu weit, weil bei einer ausschließlichen Werbung für Damenkleider oder Damenjacken oder Trachten eine Irreführung des Verkehrs ausscheide. Diese Artikel ihres Angebots stammten zu 80 bzw. 85 % bzw. 90 % aus ihrer eigenen Produktion.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt, es zu unterlassen, zu Wettbewerbszwecken sich in Werbeveröffentlichungen für Bekleidungsgegenstände, die für Letztabnehmer bestimmt sind, als Bekleidungswerk zu bezeichnen.

Die dagegen gerichtete Berufung der Beklagten hat das Oberlandesgericht mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß die Beklagte verurteilt werde, es zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr mit dem Letztverbraucher zu Wettbewerbszwecken sich in Werbeveröffentlichungen für Bekleidungsgegenstände als "Bekleidungswerk" zu bezeichnen,

insbesondere wenn die Beklagte zugleich auf die gute Qualität und die günstigen Preise wegen der eigenen Produktion hinweise,

insbesondere wenn der Hinweis auf das "Bekleidungswerk" und/oder der Hinweis auf die gute Qualität und die günstigen Preise wegen der eigenen Produktion erfolgt wie in dem Prospekt gemäß Anlage K 1.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus, wenn die Beklagte unter der Bezeichnung "Bekleidungswerk" dem Letztverbraucher Bekleidungsgegenstände anbiete, fasse ein großer Teil der Angesprochenen diese Werbung dahin auf, daß die angebotene Kleidung in dem Werk der Beklagten hergestellt worden sei.

Mit einem Zukauf von Dritten hergestellter Kleidung rechne der Verkehr dabei nicht. Die Beklagte fördere diese Vorstellung noch durch ihren Werbespruch "Gute Qualität unver- schämt günstig dank eigener Produktion". Daß in anderen Branchen unter bekannten Herstellermarken - ohne Hinweis auf die Herstellereigenschaft - in den letzten Jahren zunehmend Handelsware angeboten werde, habe den Verkehr nicht dazu ge- führt anzunehmen, daß ein als Bekleidungswerk werbendes Unternehmen die angebotene Bekleidung nicht selbst her- stelle. Diese Vorstellung werde nicht durch den Hinweis im Prospekt auf Zukäufe ausgeschlossen. Dieser Hinweis stehe nur an unauffälliger Stelle und Anordnung auf der letzten Seite des Prospekts. Die hervorgerufene Vorstellung sei un- richtig, da die Beklagte nur 2/3 ihres Angebots selbst her- stelle. Der Irrtum sei für den Entschluß, sich mit dem Ange- bot der Beklagten näher zu befassen und gegebenenfalls dar- auf einzugehen, maßgeblich. Der "Kauf beim Hersteller" gelte seit langem als besonderer Vorzug.

II. Die dagegen gerichtete Revision hat zum Teil Erfolg.

1. Nicht begründet ist allerdings die von der Revision erhobene Rüge, der Kläger sei nicht prozeßführungsbefugt im Sinne des § 13 Abs. 1 UWG, weil er nicht über die insoweit nötigen sachlichen Voraussetzungen verfüge. Die Revision hat dazu geltend gemacht, der Kläger habe keine eigene Geschäftsstelle. Er werde organisatorisch durch das An- waltsbüro Dr. Weber und Dr. Sauberschwarz geführt, das vom

Kläger auch mit der Durchführung von Abmahnungen und Gerichtsverfahren beauftragt worden sei. Der Kläger sei nur (noch) eine auf die Verfolgung von Wettbewerbsverstößen spezialisierte Abteilung des genannten Anwaltsbüros.

Der Kläger hat demgegenüber in der Revisionsinstanz mit einem umfangreichen Sachvortrag dargelegt und durch das Ergebnis der Beweisaufnahme vor dem Senat bewiesen, daß er die Voraussetzungen des § 13 Abs. 1 UWG erfüllt. Dazu gehört, wie der Senat in seinem Urteil vom 7. November 1985 (I ZR 105/83 Wettbewerbsverein), das ebenfalls die Tätigkeit des Klägers betraf, ausgeführt hat, daß der Verband sachlich und persönlich hinreichend ausgestattet ist, um das Wettbewerbsverhalten zu beobachten und zu bewerten, damit er typische, durchschnittlich schwer zu verfolgende Wettbewerbsverstöße selbst erkennen und verfolgen kann, und daß er diese Tätigkeit auch selbst ausübt.

Einer solchen Tätigkeit steht es nach der genannten Entscheidung nicht zwingend entgegen, daß ein Verband dazu keine eigene Geschäftsstelle unterhält, sondern ein fremdes Büro mit der Erledigung dieser Aufgaben betraut, sofern dies im Einzelfall zweckmäßig erscheint. Dazu hat der Kläger vortragen, er habe die Geschäftsführung des seit 1913 eingetragenen und tätigen Vereins in den sechziger Jahren aus Zweckmäßigkeitsgründen dem genannten Anwaltsbüro übertragen, da es über umfangreiche Erfahrungen im Wettbewerbsrecht verfüge. Dieses Büro stelle gegen einen jährlich sechststelligen Betrag seine Arbeitskraft und seine Ausstattung

und Organisation dem Verband zur Verfügung. Es beobachte das Wettbewerbsgeschehen und stehe dabei in dauerndem Kontakt mit dem Vorstand und den Mitgliedern des Klägers, die etwa beobachtete Wettbewerbsverstöße aus ihrem Bereich an ihn weitergäben. So seien im Jahr 1985 981 Wettbewerbsverletzungen aufgegriffen und durch Abmahnungen abgestellt worden, wobei die Abmahnungskosten des Vereins mit einer mäßigen Pauschale, nicht aber als Rechtsanwaltskosten in Rechnung gestellt worden seien. Seine Tätigkeit könne daher, zumal seine Mitgliedschaft sich aus renomierten Firmen, einer Handelskammer und Wirtschaftsverbänden zusammensetze, nicht mit einem sogenannten Gebührenverein verglichen werden. Die Einzelprozeßführung werde jeweils gesondert finanziert, wofür Geldmittel zur Verfügung stünden. Während der 25-jährigen Tätigkeit des Büros für den Verein seien zahlreiche, im einzelnen aufgeführte Prozesse zum Bundesgerichtshof gebracht und grundlegende Entscheidungen zum Wettbewerbsrecht herbeigeführt worden. Ferner gehörten ein umfangreicher Rundschreibendienst, Teilnahme an wettbewerbspolitischen Veranstaltungen, Testkäufe usw. zu den vom Büro namens des Vereins entfalteten Aktivitäten.

Aufgrund dieser durch die Beweisaufnahme belegten Tatsachen bestehen keine Bedenken, die Tätigkeit des genannten Büros als eine solche des Vereins anzuerkennen und den Kläger als einen Verband im Sinne des § 13 Abs. 1 UWG zu behandeln. Es sind keine Anzeichen für eine mißbräuchliche Gestaltung hervorgetreten, auch von der Beklagten nicht substantiiert dargelegt worden.

2. Nicht begründet ist die Revision auch, soweit sie sich gegen die Verurteilung nach Maßgabe der konkreten Verletzungsform richtet, wie sie in der vom Senat neu gefaßten Urteilsformel beschrieben ist. Diese Art des Firmengebrauchs besteht darin, sich in der Publikumswerbung für den Verkauf von Bekleidungsgegenständen an Letztverbraucher über als eigene bezeichnete Verkaufsniederlassungen blickfangmäßig als Bekleidungswerk zu bezeichnen, obwohl das angebotene Sortiment zu einem erheblichen Teil nicht in dem Bekleidungswerk hergestellt, sondern von anderen Herstellern zugekauft worden ist. Daß in dem Gebrauch des Wortes Bekleidungswerk unter solchen Umständen eine Irreführung im Sinne des § 3 UWG liegt, wie das Berufungsgericht angenommen hat, kann nach den getroffenen Feststellungen aus Rechtsgründen nicht beanstandet werden. Diese gehen dahin, die angesprochenen Verkehrskreise verstünden die Werbung unter dem Begriff Bekleidungswerk dahin, die angebotene Kleidung sei im Werk der Beklagten hergestellt worden; mit einem Zukauf, jedenfalls im Umfang von fast einem Drittel des Angebots, werde nicht gerechnet.

Die Revision hält dem entgegen, es gebe in der Bekleidungsbranche, wie auch in anderen Geschäftsbereichen zahlreiche Unternehmen, in deren Firma das Wort "Werk" vorkomme. Das kann als richtig unterstellt werden, steht aber der Feststellung des Berufungsgerichts nicht entgegen, daß der Gebrauch des Begriffs in der hier umstrittenen Werbung für den Direktverkauf eines Herstellerwerkes über eigene Verkaufsniederlassungen die Vorstellung des Angebots im wesentlichen werkseigener Herstellung hervorzurufen geeignet

sei. Zu Recht beruft sich das Berufungsgericht in diesem Zusammenhang auf die weithin im Publikum bestehende Vorstellung, man kaufe beim Erwerb vom Hersteller besonders preisgünstig, vor allem, weil durch den Wegfall von Zwischenhandelsspannen niedriger kalkuliert werden könne. Wenn dann ein Unternehmen, das direkt an Letztverbraucher verkauft, seine Eigenschaft als Hersteller werbemäßig deutlich herausstellt, dann wird darin in der Regel ein Hinweis auf solche Vorteile gesehen werden. Da - nach der Vorstellung nicht unerheblicher Verkehrskreise - solche Vorteile nur gegeben sind, soweit die Ware aus der eigenen Herstellung des Direktverkäufers stammt, ist es nicht fernliegend, wenn das Berufungsgericht angenommen hat, die werbliche Herausstellung als Bekleidungswerk enthalte in den Augen des Publikums zugleich die Angabe, die angebotene Ware stamme, jedenfalls im wesentlichen, aus eigener Produktion.

Daß das Berufungsgericht dies nicht ohne Beweisaufnahme über die Verkehrsauffassung hätte feststellen dürfen, wie die Revision meint, kann nicht anerkannt werden. Nach ständiger Rechtsprechung ist der Richter zur Beurteilung der Frage, welchen Sinn der Verkehr einer Werbebehauptung beilegt, in der Regel ausreichend sachkundig, wenn er selbst zu den angesprochenen Verkehrskreisen gehört und es sich um Angaben über Gegenstände des allgemeinen Bedarfs handelt (BGH WRP 1984, 62, 63 - Das unmögliche Möbelhaus; GRUR 1980, 797, 799 - Topfit-Boonekamp). Da es sich bei dem Angebot der Beklagten um solche Waren handelt und sich die Werbung an Letztverbraucher richtete, liegen diese Voraussetzungen vor.

Besondere Umstände, die die Auffassung des Berufungsgerichts hätten als bedenklich erscheinen lassen und es deshalb gleichwohl zu einer Beweisaufnahme hätten veranlassen müssen, hat die Revision, soweit es sich um die Beurteilung im Hinblick auf die konkrete Verletzungsform handelt, nicht geltend gemacht.

Ohne Erfolg wendet sich die Revision auch dagegen, daß das Berufungsgericht seine Feststellung durch das Ergebnis der von der Beklagten vorgelegten Meinungsumfrage nicht in Frage gestellt gesehen hat. Wenn nach dem Gutachten 31 % der Befragten damit rechneten, daß in den Verkaufsniederlassungen der Beklagten ausschließlich selbst produzierte Bekleidung vertrieben werde, dann bestätigt das die Ansicht des Berufungsgerichts, wie dieses zutreffend angenommen hat. Daß 25 % der Befragten diese Vorstellung unter den ihnen geschilderten Verhältnissen auch dem Wort "Bekleidung" entnehmen, beruht ersichtlich nicht auf der Bedeutungslosigkeit des Begriffs Werk, wie die Revision annimmt, sondern darauf, daß die Befragten erkannt hatten, daß die Frage einen Fall des Direktverkaufs betraf.

3. Erfolg hat die Revision, soweit die Verurteilung über die konkrete Verletzungsform hinausgeht. Der Urteils-tenor verbietet der Beklagten schlechthin, sich in Werbeveröffentlichungen für Bekleidungsgegenstände als "Bekleidungs-werk" zu bezeichnen. Die dieser folgenden, mit dem Wort "insbesondere" beginnenden Annäherungen an die konkrete Verletzungsform, hat das Berufungsgericht im Hinblick auf den

Wortlaut des Klageantrags und das übrige Vorbringen des Klägers zu Recht nicht als Einschränkungen des weit gefaßten Obersatzes aufgefaßt.

Mit diesem Inhalt geht die Verurteilung zu weit. Es ist zwischen den Parteien unstreitig, daß das Unternehmen der Beklagten hinsichtlich Größe, Ausstattung, industrieller Fertigungsmethoden und Umsätzen den Vorstellungen entspricht, die der Verkehr mit dem Begriff Bekleidungswerk an sich verbindet. Seine Verwendung ist deshalb auch nicht irreführend, soweit sie nicht unter den vorstehend erörterten besonderen Umständen des Verkaufs "direkt vom Hersteller" erfolgt. Wie die Revision mit Recht geltend macht, ist der Begriff als Bezeichnung von Unternehmen weit verbreitet. Er weckt auch außerhalb des Direktverkaufs nicht ohne weiteres die Vorstellung, ein so firmierendes Unternehmen vertreibe ausschließlich Ware eigener Werksfertigung. Zu Recht macht die Revision geltend, daß Unternehmen vielfach im Zuge der Arbeitsteilung Lohnaufträge erteilten, was

dem Publikum nicht unbekannt sei. Die Verurteilung der Beklagten war daher insoweit aufzuheben und die Klage abzuweisen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 ZPO.

v. Gamm

Merkel

Piper

Erdmann

Scholz-Hoppe