

2

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 3

W ö r t e r b u c h

Zur Frage einer Alleinstellungswerbung mit dem Buch-
titel "Das große deutsche Wörterbuch".

BGH, Urt. v. 2. April 1971 - I ZR 22/70 - OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 22/70

URTEIL

Verkündet am

2. April 1971

Z u g ,
Justizangestellter
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma B Lexikon-Verlag Reinhard M,
Alleininhaber Reinhard M, G, E-
straße - ,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Prof. Dr. -
und Dr. -

gegen

die Firma Bibliographisches Institut AG, M,
Friedrich- -Straße , gesetzlich vertreten durch
ihren Vorstand Dr. Otto Mi, Karl F und
Claus G,

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. -

L

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat
auf die mündliche Verhandlung vom 2. April 1971 unter
Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland
und der Bundesrichter Alff, Dr. Sprenkmann, Dr. Schönberg
und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 2. Zivil-
senats des Oberlandesgerichts Düsseldorf
vom 16. Januar 1970 wird auf Kosten der
Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

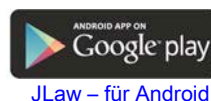
Tatbestand:

Die Parteien sind Verlage, die beide ein Wörter-
buch der deutschen Sprache herausbringen. Im Verlag der
Klägerin erscheint "Der Große Duden", bestehend aus den
Bänden Rechtschreibung (1), Stilwörterbuch (2), Bild-
wörterbuch (3), Grammatik (4), Fremdwörterbuch (5),
Aussprachewörterbuch (6), Etymologie (7), Synonymwörter-
buch (8) und Hauptschwierigkeiten der deutschen Sprache
(9), mit ca. 800 Seiten je Band. Die Beklagte bringt ein
einbändiges Wörterbuch mit dem Titel "Das große deutsche
Wörterbuch" auf den Markt (1. Auflage vom 16. September
1966). Dieses erscheint als Band 8 der 20bändigen Reihe
"Die Große Bertelsmann Lexikon-Bibliothek" im Lexikon-
Großformat mit 1440 Seiten; es enthält neben einem
"Lexikon der deutschen Sprachlehre" 220 000 Stichwörter
und Redewendungen mit Angaben über Rechtschreibung,

Hinweis: Auch Teile der Urteilsammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.



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



Silbentrennung, Aussprache, Grammatik, Stil, Hochsprache, Umgangssprache, Fremdwörter und Etymologie. In der Werbung hat die Beklagte ihr Wörterbuch als "das Standardwerk für alle, die Deutsch sprechen, schreiben, lernen und lehren" bezeichnet.

Die Klägerin hat den Titel des Wörterbuchs der Beklagten und die genannte Werbeangabe als unzulässige Alleinstellungswerbung beanstandet und die Beklagte auf Unterlassung in Anspruch genommen. Sie hat vorgetragen, durch die Verwendung des bestimmten Artikels im Buchtitel werde der Eindruck erweckt, als sei das Wörterbuch der Beklagten das größte deutsche Wörterbuch. Dieser Eindruck werde noch dadurch verstärkt, daß die Beklagte ihr Wörterbuch als das Standardwerk bezeichne. Dem Wörterbuch der Beklagten komme jedoch die behauptete Alleinstellung nicht zu. Das von der Klägerin herausgegebene 9bändige Werk "Der Große Duden" sei wesentlich umfangreicher und ausführlicher als das Wörterbuch der Beklagten. Als "das" große deutsche Wörterbuch sei zudem "Das Deutsche Wörterbuch" der Brüder Grimm anzusehen, das einen Umfang von 16 zum Teil noch mehrfach unterteilten Bänden habe.

Die Beklagte hat ihre Werbung verteidigt. Die Verwendung des bestimmten Artikels in Buchtiteln, auch in Verbindung mit dem Wort "groß" sei weit verbreitet und verlagsüblich. Der Verkehr fasse daher solche Titel nicht als die Behauptung einer Alleinstellung auf, was auch schon daraus folge, daß der Superlativ gerade nicht verwandt werde. Sie weise mit dem angegriffenen Titel nur auf die Spitzenstellung hin, die das von ihr herausge-

gebene Werk als einbändiges Wörterbuch tatsächlich habe. Die Einbändigkeit werde in der Werbung immer wieder hervorgehoben und von den Interessenten auch sofort erkannt. Das mehrbändige Werk der Klägerin sei mit ihrem Wörterbuch nicht vergleichbar, da bei der Klägerin jeder Band ein geschlossenes Buch für sich sei. Vergleiche man den Band 1 der Reihe der Klägerin mit dem Wörterbuch der Beklagten, was allenfalls in Betracht komme, dann ergebe sich, daß das Wörterbuch der Beklagten dem der Klägerin an Ausführlichkeit nicht nachstehe. Die Beklagte hat ferner geltend gemacht, die Ansprüche der Klägerin seien verwirkt, weil sie - die Beklagte - das Erscheinen ihres Wörterbuchs bereits durch eine Anzeige vom 28. August 1962 im Börsenblatt des Deutschen Buchhandels angekündigt und die Klägerin nach einem Schriftwechsel über die Zulässigkeit des angegriffenen Titels von Februar bis August 1966 18 Monate geschwiegen habe, ohne weiter geltend zu machen, daß der Titel unzulässig sei.

Das Landgericht hat die Beklagte unter Strafandrohung verurteilt,

es zu unterlassen, für das von ihr verlegte deutsche Wörterbuch auf dem Buch selber sowie in Anzeigen, Prospekten, Werbeschreiben, Angeboten oder ähnlichem die Bezeichnung "Das große deutsche Wörterbuch" zu verwenden, insbesondere wenn in der Werbung behauptet wird, es sei das Standardwerk für alle, die Deutsch sprechen, schreiben, lernen oder lehren.

In der Berufungsinstanz hat sich die Beklagte unter Übernahme eines Strafgedinges verpflichtet, den beanstan-

deten Buchtitel nicht mehr in Verbindung mit der Werbebehauptung zu verwenden, ihr Wörterbuch sei "das Standardwerk für alle, die Deutsch sprechen, schreiben, lernen und lehren". Die Klägerin hat daraufhin den Rechtsstreit insoweit für erledigt erklärt. Die Beklagte hat beantragt, darüber zu entscheiden, ob eine teilweise Erledigung vorliege. Das Berufungsgericht hat ausgesprochen, daß der mit "insbesondere" beginnende letzte Absatz des Urteilstenors des Landgerichts nach insoweit erfolgter Erledigung der Hauptsache in Wegfall komme und die Berufung kostenpflichtig zurückgewiesen.

Mit der Revision, um deren Zurückweisung die Klägerin bittet, verfolgt die Beklagte den Klageabweisungsantrag weiter.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht gelangt zu dem Ergebnis, die Werbung der Beklagten mit dem Buchtitel "Das große deutsche Wörterbuch" sei eine unzulässige Alleinstellungswerbung (§ 3 UWG). Dies folge aus der Verwendung des bestimmten Artikels in Verbindung mit dem Adjektiv "groß" im Titel eines Sprachwörterbuches als eines Werkes, das nicht in einem Zug gelesen, sondern immer wieder, von Fall zu Fall und zur Klärung ganz bestimmter Fragen herangezogen werde. Da sich die Beklagte mit ihrer Werbung an breite Kreise der Öffentlichkeit wende und insbesondere nicht nur Akademiker anspreche, die im allgemeinen über das Vorhandensein mehrbändiger Wörterbücher der deutschen Sprache unterrichtet seien, bestehe die Gefahr, daß ein nicht unerheblicher Teil der beteiligten

Verkehrskreise annehme, das Wörterbuch der Beklagten sei das führende und größte Werk auf diesem Gebiet, was um so näher liege, als die Beklagte ihr Buch selbst als das Standardwerk bezeichnet habe. Es handele sich bei dem Buchtitel nicht nur um eine allgemeine Anpreisung, sondern vielmehr um die Behauptung einer echten Spitzenstellung, die dem Wörterbuch der Beklagten jedoch deshalb nicht zukomme, weil das von der Klägerin herausgebrachte 9bändige Wörterbuch "Der Große Duden" größer, nämlich umfangreicher, ausführlicher und erschöpfender sei als das einbändige Wörterbuch der Beklagten. Der Annahme der Beklagten, man könne ihr Wörterbuch nur mit dem Band 1 der Duden-Reihe vergleichen, stehe entgegen, daß sich ihr Buch nicht auf Angaben über die Rechtschreibung beschränke, sondern sich auch als Nachschlagewerk über Aussprache, Grammatik, Stil, Hochsprache, Umgangssprache, Fremdwörter und Etymologie verstehe. Zudem weise die Beklagte in ihrer Werbung nicht immer eindeutig und unmißverständlich auf die Einbändigkeit ihres Werkes hin. Oft sei das auch gar nicht möglich, wie etwa bei der Ausstellung des Buches in Schaufenstern. Die Gefahr einer Irreführung des Verkehrs entfalle auch nicht dadurch, daß es nach der Behauptung der Beklagten verlags- oder branchenüblich sei, den bestimmten Artikel und das Wort "groß" in Buchtiteln zu verwenden. Oft handele es sich dabei nur um allgemeine Anpreisungen. Daß der Verkehr so sehr an Buchtitel dieser Art gewöhnt sei, daß er darin stets nur eine allgemeine Anpreisung sehe, könne den Angaben der Beklagten nicht entnommen werden.

Zur Frage der Verwirkung hat das Berufungsgericht ausgeführt, diese greife gegenüber Unterlassungsansprüchen

aus § 3 UWG wegen des dabei zu berücksichtigenden Allgemeininteresses grundsätzlich nicht durch. Die Klägerin habe im übrigen den Buchtitel der Beklagten rechtzeitig beanstandet und später nichts getan, was habe die Annahme begründen können, sie billige den Titel.

Die hiergegen gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

II. Die Feststellung des Berufungsgerichts, die Beklagte nehme mit dem Buchtitel "Das große deutsche Wörterbuch" eine in Wahrheit nicht gegebene Alleinstellung für das bei ihr erscheinende Werk in Anspruch, ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

1. Soweit die Revision geltend macht, das Berufungsgericht habe den Wortlaut und den daraus abzuleitenden Wortsinn der Werbeaussage nicht hinreichend beachtet, kann ihr nicht gefolgt werden. Zwar kommt es, wie in der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs wiederholt zum Ausdruck gebracht worden ist, für die Frage, ob eine Alleinstellungswerbung vorliegt, in erster Linie auf den Wortsinn der betreffenden Werbeaussage an. Ergibt dieser die Behauptung einer Alleinstellung, dann entspricht es der Lebenserfahrung, daß ein jedenfalls nicht unerheblicher Teil der beteiligten Verkehrskreise sie entsprechend diesem Wortsinn versteht (vgl. BGH GRUR 1957, 600, 602 - Westfalenblatt I; 1965, 363, 364 - Fertigbrei; 1965, 365, 366 - Lavamat II). Der Revision kann jedoch nicht zugegeben werden, daß das Berufungsgericht diese Grundsätze außer acht gelassen habe. Wenn es ausführt, die Verwendung des bestimmten Artikels in Verbindung mit dem Eigenschaftswort "groß" könne - beim Vorliegen besonderer Umstände -

2

vom Verkehr als Hinweis auf eine Alleinstellung verstanden werden, dann ist diese Auseinandersetzung mit dem Wortlaut des Buchtitels rechtlich nicht zu beanstanden. Die Vorstellung von der herausragenden Bedeutung des eigenen Unternehmens oder der Güte des eigenen Erzeugnisses läßt sich in der Werbung sprachlich auf verschiedene Weise erzeugen, auch durch den Gebrauch des bestimmten Artikels. Dieser ist zwar ein häufig gebrauchtes Werbemittel, er kann aber den Eindruck der Alleinstellung durchaus begründen oder verstärken, was insbesondere dann gilt, wenn auf ihm der Akzent liegt oder er in Verbindung mit einem Eigenschaftswort von empfehlender Bedeutung gebraucht wird, wie etwa groß, gut oder echt (vgl. Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht 9. Aufl. § 3 Rdz. 39 und die dort zitierte Rechtsprechung).

In der bereits erwähnten Westfalenblatt-Entscheidung ging es um die Werbung für eine Tageszeitung mit den Worten "Bielefelds große Zeitung", wodurch sinngemäß zum Ausdruck gebracht wurde, die genannte Zeitung sei "die große Zeitung Bielefelds". Obwohl in dieser Werbeaussage - wie hier - ein Superlativ nicht enthalten war, ist entschieden worden, daß sie ihrem Wortsinne nach die Behauptung einer Alleinstellung enthalte. Gegenüber dem Einwand, der Verkehr werde die Werbeankündigung nicht im Sinne der Behauptung einer Alleinstellung verstehen, weil er ohne weiteres annehmen werde, der in Frage stehende Zeitungsverlag würde sein Blatt ausdrücklich als die größte Zeitung Bielefelds bezeichnen, wenn es die einzige große Zeitung in Bielefeld wäre, ist damals darauf hingewiesen worden, diese Überlegung sei viel zu verwickelt, als daß erwartet werden könne, daß sie der flüchtige Verkehr tatsächlich anstelle. Diese Erwägungen

treffen in ihrem Kern auch für den vorliegenden Fall zu. Es ist zwar richtig, daß sich der Buchtitel der Beklagten - anders als die vorgenannte Werbebehauptung eines Zeitungsverlages - nicht auf die Verbreitung eines Verlags-erzeugnisses in einem bestimmten örtlichen Bereich und auch weniger auf die Auflagenhöhe bezieht, sondern vielmehr auf die Bedeutung des Werkes nach Inhalt und Umfang, auf seinen wissenschaftlichen Rang, seine Ausführlichkeit und Zuverlässigkeit. Diese Besonderheiten schließen jedoch nicht aus, daß auch im vorliegenden Falle eine Alleinstellungswerbung schon dem Wortsinn nach vorliegt, wie die Vorinstanzen zutreffend angenommen haben.

Die Erwägung der Revision, es müsse in solchen Fällen streng auf den Wortlaut und den sich daraus ergebenden Wortsinn abgestellt werden, führt im Streitfall nicht weiter, weil der Wortlaut des von der Beklagten verwendeten Titels jedenfalls nicht nur die Deutung zuläßt, es handele sich um e i n großes Werk, das in Aufmachung, Bearbeitung und Methode den an ein Wörterbuch der deutschen Sprache zu stellenden Anforderungen voll entspreche und die Bezeichnung "groß" auch deshalb verdiene, weil es gelungen sei, das umfangreiche Material in einem Bande zu verarbeiten. Zudem ließe sich die zu sehr auf den Wortlaut, wie insbesondere die Nichtverwendung eines Superlativs, abstellende Betrachtungsweise der Revision nicht mit dem Sinn und Zweck des § 3 UWG in Einklang bringen, den Verkehr vor irreführenden Werbeangaben zu schützen, die geeignet sind, die wirtschaftlichen Entschlüsse der angesprochenen Verkehrskreise zu beeinflussen. Durch die Neufassung des § 3 UWG hat sich hieran nichts geändert (vgl. BGH GRUR 1970, 517, 519 - Kölsch Bier). Für die Beurteilung der Richtigkeit

oder Unrichtigkeit einer Werbeaussage kommt es daher im Anwendungsbereich des § 3 UWG weiterhin allein darauf an, in welchem Sinne die angesprochenen Verkehrskreise die Werbeangabe verstehen.

Soweit sich die Revision auf die Fertigbrei-Entscheidung (aaO) beruft, verkennt sie, daß es dort um eine der Nachprüfung nicht zugängliche, auf einem subjektiven Werturteil aufgebaute Suggestivwerbung ging ("Mutti gibt mir immer nur das Beste"), ähnlich wie im Falle der ebenfalls bereits erwähnten Lavamat II-Entscheidung ("Den und keinen anderen"). Demgegenüber handelt es sich im Streitfall um eine, wie § 3 UWG voraussetzt, objektiv nachprüfbare Tatsachenbehauptung. Denn der behauptete besondere Rang eines wissenschaftlichen Werkes der vorliegenden Art läßt sich objektiv ermitteln und, wenn erforderlich, im Wege der Beweisaufnahme jedenfalls dann feststellen, wenn - wie hier - sinngemäß zum Ausdruck gebracht wird, es handele sich um das führende Werk auf diesem Gebiet. Es entspricht ferner der Lebenserfahrung, daß Behauptungen dieser Art, wenn sie von einem bedeutenden Unternehmen aufgestellt werden, vom Verkehr ernst genommen werden.

2. Das Berufungsgericht hat seine Feststellung, der Buchtitel der Beklagten werde von einem nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise nicht nur als eine allgemeine Anpreisung, sondern als die Behauptung einer Alleinstellung im vorgenannten Sinne verstanden, weiter damit begründet, daß sich die Beklagte mit ihrer Werbung an breite Kreise der Öffentlichkeit wende, die zum Teil über die Wettbewerbsverhältnisse auf diesem Gebiet nicht unterrichtet seien und insbesondere

nicht wüßten, daß es auch mehrbändige Wörterbücher der deutschen Sprache gebe. Hierin liegt kein Rechtsfehler. Daß sich die Beklagte an breite Verkehrskreise wendet, nämlich an "alle, die Deutsch sprechen, schreiben, lernen oder lehren" (Anl. 1 der Klage), ergibt ihre eigene Werbung und wird von der Revision nicht angegriffen. Es entspricht aber auch der Lebenserfahrung, daß weite Bevölkerungskreise, die sich für den Erwerb eines Wörterbuchs der deutschen Sprache interessieren, nicht wissen, daß es mehrbändige Werke dieser Art gibt, wie das "Deutsche Wörterbuch" der Brüder Grimm und den "Großen Duden". Sie werden daher um so eher geneigt sein, aufgrund des von der Beklagten verwendeten Titels anzunehmen, dieses Wörterbuch biete mehr als bisher auf diesem Gebiet geboten worden sei. Es kommt hinzu, daß die weithin bekannte Duden-Rechtschreibung im Buchformat kleiner ist als das Werk der Beklagten. Viele, die nicht wissen, daß die Duden-Rechtschreibung nur ein Teil eines 9bändigen Werkes ist, werden daher um so eher zu der Annahme gelangen, das großformatige Werk der Beklagten sei das führende Wörterbuch der deutschen Sprache. Auf die Einbändigkeit des Wörterbuchs der Beklagten wird der Verkehr nach den Feststellungen des Berufungsgerichts nicht immer deutlich genug hingewiesen. Zudem haben nach der Lebenserfahrung weite Kreise der Bevölkerung keine hinreichend sichere Vorstellung davon, ob die deutsche Sprache in einem Band dieser Größe umfassend dargestellt werden kann oder ob dazu mehrere Bände erforderlich sind und ob es, wie erwähnt, überhaupt mehrbändige Wörterbücher der deutschen Sprache gibt.

Der Hinweis des Berufungsgerichts darauf, daß es sich um den Buchtitel eines S p r a c h w ö r t e r b u c h s

handelt, ist berechtigt und geeignet, die ohnehin nahe-
liegende Feststellung zu stützen, daß es sich um eine
Alleinstellungswerbung handele. Denn es entspricht der
Lebenserfahrung, daß der Verkehr mit einem Nachschlagewerk über die deutsche Sprache in besonderer Weise die
Erwartung verbindet, daß es vollständig und umfassend
unterrichte. In bezug auf diese Vollständigkeitserwar-
tung besteht durchaus ein Unterschied zu Nachschlagewer-
ken über andere Sachgebiete, wie etwa zu einem "Großen
Buch der Malerei" oder einem "Großen Buch der Technik".
Wer sich für ein Nachschlagewerk der deutschen Sprache
interessiert, das ihn zuverlässig und genau über lange
Zeit unterrichten soll, wird außerdem in besonderer
Weise auch darauf vertrauen, daß der Titel der Bedeu-
tung des Werkes entspricht und keine der Sachlage nicht
entsprechenden Übertreibungen enthält. Es ist ferner,
wie schon das Landgericht hervorgehoben hat, im Bereich
der Sprachwörterbücher besonders leicht vorstellbar, daß
es nur ein maßgebliches, konkurrenzloses Werk gebe. Ins-
besondere können Ausländer, an die sich die Werbung der
Beklagten für das Wörterbuch unstreitig ebenfalls wendet,
leicht zu dieser Vorstellung gelangen. Es kommt hinzu, daß
die Beklagte ihr Wörterbuch selbst als "das Standardwerk"
von Anfang an bezeichnet hat (Anl. 2 der Klage) und, wie
nach den Feststellungen des Berufungsgerichts angenommen
werden muß, weiterhin bezeichnet (Anl. 1 der Klage).
Schließlich ist es auch denkgesetzlich kaum vorstellbar,
daß zwei verschiedene Wörterbücher der deutschen Sprache
jeweils als "Das große deutsche Wörterbuch" bezeichnet
werden könnten. Auch diese Erwägung stützt die Auffassung
des Berufungsgerichts.

3. Die Revision stellt nicht in Abrede, daß dem Wörterbuch der Beklagten die nach den Feststellungen des Berufungsgerichts im Titel behauptete Alleinstellung nicht zukommt, wenn man es mit dem "Deutschen Wörterbuch" der Brüder Grimm und der 9bändigen Duden-Reihe der Klägerin vergleicht. Sie meint nur, diese beiden Werke dürften wegen ihrer besonderen Bedeutung und Beschaffenheit zum Vergleich nicht herangezogen werden. Dem kann aber jedenfalls insoweit nicht gefolgt werden, als der "Große Duden" in Frage steht. Denn dabei handelt es sich um ein echtes Konkurrenzzeugnis, das trotz seiner Aufspaltung in mehrere Bände mit gesonderter alphabetischer Reihenfolge der Stichwörter und Erläuterungen als ein einheitliches, dem Wörterbuch der Beklagten vergleichbares Werk anzusehen ist, wie das Berufungsgericht zutreffend angenommen hat. Hieraus folgt aber, daß die Alleinstellungswerbung der Beklagten inhaltlich unrichtig und damit geeignet ist, die beteiligten Verkehrskreise über geschäftliche Verhältnisse im Sinn von § 3 UWG irrezuführen.

4. Zu Unrecht rügt die Revision, das Berufungsgericht habe die Feststellung, daß ein nicht unerheblicher Teil der durch die Werbung der Beklagten angesprochenen Verkehrskreise irregeführt werde, nicht aus eigener Sachkunde treffen können. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist der Tatrichter nicht selten durchaus in der Lage, sich ohne fremde Hilfe über die für seine Entscheidungen maßgebenden Anschauungen der beteiligten Verkehrskreise aufgrund seiner eigenen Sachkunde und Lebenserfahrung ein zuverlässiges Urteil zu bilden. Das gilt insbesondere dann, wenn es sich um den Vertrieb von Gegenständen des täglichen oder allgemeinen Bedarfs handelt. Eine andere

Beurteilung kann dann geboten sein, wenn der Tatrichter die Täuschungsgefahr verneinen will (vgl. BGH GRUR 1963, 270 - Bärenfang). Im Streitfall hat das Berufungsgericht die Täuschungsgefahr bejaht, so daß es auf diese besondere Problematik nicht ankommt. Eine von der Revision zu Recht hervorgehobene Besonderheit des vorliegenden Falles besteht allerdings noch darin, daß nach den Feststellungen des Landgerichts, die sich das Berufungsgericht zu eigen gemacht hat, Akademiker im allgemeinen über die Wettbewerbsverhältnisse auf diesem Gebiet und insbesondere die Existenz mehrbändiger Wörterbücher der deutschen Sprache unterrichtet sind und deshalb der Gefahr einer Täuschung durch die Alleinstellungswerbung der Beklagten nicht so sehr ausgesetzt sind wie andere Personen. Es kann jedoch gleichwohl nicht anerkannt werden, daß die Vorinstanzen nicht in der Lage gewesen seien, die Werbung der Beklagten in ihrer Wirkung auf die angesprochenen Verkehrskreise sachkundig zu beurteilen. Liegt der Fall so, daß die Kenntnis des Tatrichters von den Wettbewerbsverhältnissen weiter reicht als das Wissen der angesprochenen Verkehrskreise im allgemeinen, dann wird der Richter in der Regel auch in der Lage sein, die in Frage stehende Werbung vom Standpunkt des unbefangenen und unkritischen Durchschnittsbetrachters aus zu beurteilen. Das gilt jedenfalls dann, wenn es sich - wie hier - um die Werbung mit einem Buchtitel handelt, der das Werk selbst beschreibt und empfiehlt und schon seinem Wortlaut nach stark auf die Behauptung einer Alleinstellung hindeutet.

Den Vortrag der Beklagten, es sei branchenüblich, Buchtitel mit dem bestimmten Artikel und dem Wort "groß"

zu bilden, hat das Berufungsgericht ausreichend beachtet. Insoweit spielt eine Rolle, daß es sich im Streitfall um ein Nachschlagewerk besonderer Art handelt, mit dem der Verkehr, wie erwähnt, eine besondere Vollständigkeitserwartung verbindet, so daß den Beweisanträgen der Beklagten über die Verbreitung von Buchtiteln mit dem bestimmten Artikel und dem Adjektiv "groß" oder einem gleichlautenden Eigenschaftswort und die Beurteilung solcher Titel durch den Verkehr nicht nachgegangen zu werden brauchte.

Das von der Beklagten vorgelegte Gutachten der Gesellschaft für deutsche Sprache nötigte ebenfalls nicht zur Beweiserhebung über die Frage der Irreführung des Verkehrs durch den Buchtitel der Beklagten. Denn das Gutachten schließt selbst nicht aus, daß die Verwendung des bestimmten Artikels in Verbindung mit dem Wort "groß" in Buchtiteln als "Inanspruchnahme einer herausragenden Bedeutung" gedacht ist und empfunden wird. Im vorliegenden Falle ist eine solche Alleinstellungsbehauptung anzunehmen und rechtsirrtumsfrei festgestellt.

III. Zu dem von der Beklagten vorgetragenen Verwirkungseinwand hat das Berufungsgericht rechtlich zutreffend Stellung genommen. Es ist anerkannt, daß für diesen Einwand regelmäßig dann kein Raum ist, wenn die Beibehaltung einer streitigen Bezeichnung zu einer Irreführung des Verkehrs nach § 3 UWG führen kann, wie es hier nach den rechtsirrtumsfreien Feststellungen des Berufungsgerichts zutrifft (BGH GRUR 1966, 267 - White Horse). Besondere Umstände, die eine andere Beurteilung rechtfertigen könnten, sind nicht ersichtlich. Die Rüge der Revision, das Berufungsgericht habe einen weiteren Ver-

wirkungszeitraum von vier Jahren nicht ausreichend gewürdigt, geht fehl, weil die Beklagte nach ihrem eigenen Vortrag "Das große deutsche Wörterbuch" zwar bereits unter dem 28. August 1962 im Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel angekündigt hat, die erste Auflage aber erst am 16. September 1966 erschienen ist. Da die Parteien, wiederum nach dem eigenen Vortrag der Beklagten, von Februar bis August 1966 einen Schriftwechsel über die Zulässigkeit des angekündigten Titels geführt und schließlich im August 1966 eine Gerichtsstandsvereinbarung zur Klärung der Streitfrage getroffen haben, konnte die Beklagte nicht darauf vertrauen, daß sie den Titel unbeanstandet würde verwenden können. Daß die Klägerin nach der Gerichtsstandsvereinbarung weitere 1 1/2 Jahre vergehen ließ, bevor sie weitere Schritte gegen die Beklagte unternahm, erklärt sich nach den nicht angegriffenen Feststellungen des Berufungsgerichts daraus, daß die Beklagte in der Zwischenzeit eine verbilligte Sonderausgabe ihres Wörterbuchs mit dem Titel "Wahrigs Deutsches Wörterbuch" herausgebracht hatte und die Klägerin deshalb glauben konnte, die Beklagte werde den angegriffenen Titel nicht mehr verwenden (Anl. 5 und 6 des Schriftsatzes der Klägerin vom 4. November 1968). Dies konnte der Beklagten nicht verborgen bleiben. Sie kann sich daher nicht mit Erfolg auf die Erlangung eines wertvollen s c h u t z w ü r d i g e n Besitzstandes berufen.

IV. Das Berufungsgericht hat den Rechtsstreit insoweit für erledigt erklärt und der Beklagten die Kosten auferlegt, als ~~ih~~r außer der Verwendung des angegriffenen Buchtitels durch das Landgericht antragsgemäß auch noch untersagt worden war, in ihrer Werbung den Buchtitel

zusammen mit der Behauptung zu verwenden, ihr Wörterbuch sei das Standardwerk für alle, die Deutsch sprechen, schreiben, lernen und lehren. Diese Entscheidung entspricht der Sach- und Rechtslage, denn auch dieser Antrag war zulässig und begründet, bis er sich durch die von der Beklagten übernommene Unterlassungsverpflichtung erledigte. Die Kostenentscheidung folgt insoweit aus § 91 ZPO.

Da das Berufungsurteil auch sonst keinen Rechtsfehler zum Nachteil der Beklagten erkennen läßt, war die Revision mit der Kostenfolge des § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Krüger-Nieland

Alff

Sprenkmann

Schönberg

v. Gamm