

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

11

AO betr. Sonderveranstaltungen §§ 1, 2

- Grand Prix -

Liegen die Voraussetzungen des § 1 AO vor, ist bei entsprechendem Antrag auch der Vertrieb der davon betroffenen Waren zu verbieten. Auf die Frage der Fortwirkung der als Teil der Gesamtveranstaltung gleichzeitig zu untersagenden Werbung kommt es in diesem Zusammenhang nicht an.

BGH, Urt. v. 8. Februar 1980 - I ZR 22/78 - OLG Karlsruhe
LG Heidelberg

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 22/78

URTEIL

in dem Rechtsstreit

Verkündet am

8. Februar 1980
Schnurr,
Hauptsekretärin
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 7. Dezember 1979 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Zülch und Dr. Piper

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin werden das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Karlsruhe vom 28. Dezember 1977 und das Urteil des Landgerichts Heidelberg - Kammer für Handelssachen I - vom 17. August 1976 im Kostenpunkt und das genannte Urteil des Oberlandesgerichts insoweit aufgehoben, als es der Berufung der Beklagten gegen die Verurteilung gem. Ziffer 1 a des Urteils des Landgerichts Heidelberg stattgegeben hat ("Vertriebsverbot"). Insoweit wird das Urteil des Landgerichts in der Fassung, die es durch das Urteil des Berufungsgerichts erhalten hat ("konkrete Verletzungsform") mit der Maßgabe inhaltlich wiederhergestellt, daß dem Verbot in der Fassung der Ziffer 1 a des Berufungsurteils am Schluß die Worte hinzugefügt werden:

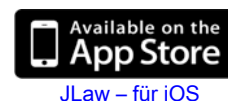
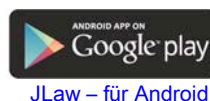
"und eine solche Veranstaltung, einschließlich des Vertriebs, abzuhalten".

Von den Kosten des Rechtsstreits trägt die Klägerin 1/10, die Beklagte 9/10.

Von Rechts wegen



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



Tatbestand

Die Klägerin ist eine eingetragene Genossenschaft für Fachgeschäfte des Uhren- und Schmuckhandels. Sie betreibt satzungsgemäß die Herstellung und den Handel mit Uhren. Sie veräußert ihre Waren mit Gewinn an ihre Genossen.

Die Beklagte betreibt in der Bundesrepublik Deutschland in einer Vielzahl von Filialgeschäften den Einzelhandel vornehmlich mit Kaffee, aber auch mit Tee und Kakao. Sie setzt ihre Waren auch über selbständige Einzelhandelsgeschäfte ab, die vertraglich an ihre Weisungen gebunden sind (sog. Frisch-Depots). Seit Jahren vertreibt sie auch einzelne Gebrauchsartikel, deren Erwerb zumeist an den gleichzeitigen Kauf von Kaffee gebunden war.

Von Ende Februar 1975 bis Mitte März 1975 bot die Beklagte erstmals auch Damenarmbanduhren zum Preis von 16,95 DM an. Ab 23. Oktober 1975 wollte sie eine Herrenarmbanduhr aus der Schweiz für 18,95 DM zum Verkauf anbieten. Sie hatte 530 000 Stück dieser Uhren bei der Herstellerin M. B. S. A. in La /Schweiz zum Einzelpreis von 12,97 DM eingekauft. Gehäuse und Armband der Uhren bestehen aus schwarzem Kunststoff. Das Zifferblatt trägt die Bezeichnungen "B.", "Grand Prix" und "Swiss Made"; es wird von einer mit "Tachymetre" beschrifteten Skala umgeben. Die Uhren wurden an die Verkaufsstellen teils in Einzelpackungen, teils in Geschenkkartons geliefert, die neben der Uhr zwei 250 g-Packungen Kaffee "Gold-Mocca" enthielten und den Aufdruck "Die Sportuhr des Jahres", "Original Schweizer Fabrikat" und "Grand Prix" aufwiesen.

Die Beklagte bereitete den Verkauf durch geschäftsinterne Informationsschreiben vor (Rundschreiben 39/75 Anl. K 4). Darin wird als "Aktionszeitraum" für den Verkauf der Uhr die Zeit vom 23. Oktober bis 5. November 1975 genannt. Noch vor dem 23. Oktober 1975 ließ sie in den Verkaufsstellen ein Schreiben ihrer Geschäftsleitung zur Mitnahme durch die Kunden auslegen (Anl. K 5), das unter der Abbildung der Uhr mit anhängendem Schild mit der Aufschrift "Grand Prix - die Sportuhr 18,95 DM" folgenden Text enthielt:

"Liebe Kundin,

nachdem wir Ihnen im Frühjahr die schicken Damenarmbanduhren anbieten konnten, wurden wir von vielen Frauen immer wieder gefragt: "Wann tut Ihr was für unsere Männer?!"

Nun, ab 23.10. ist es soweit! Dann gibt es in unseren Filialen und Frisch-Depots

"Grand Prix" - die sportliche Herrenarmbanduhr!

Ein Original Schweizer Fabrikat

mit Garantie - für nur DM 18,95 !

"Grand Prix" hat ein Fiberglasgehäuse und ist stoßgeschützt.

Eine Uhr, die vielleicht dafür sorgen kann, daß die Herren der Schöpfung sonntags nach dem Fußballspiel pünktlich zum Kaffee zu Hause sind.

Also, merken Sie sich den 23. Oktober.
Es lohnt sich.

gez. G. H.

P.S. Die Armbanduhr gibt es zusammen mit Ihrem Lieblingskaffee im Geschenkkarton - oder allein."

Sie warb des weiteren auch in verschiedenen (Rundfunk-) Zeitschriften, die ab 23. oder 24.10.1975 zum Verkauf kamen (Anl. K 6).

Zu einem Vertrieb der Uhren unter der angekündigten Werbung kam es nicht. Das Oberlandesgericht bestätigte in seinem Urteil vom 10. Dezember 1975 - 6 U 165/75 - die vom Landgericht im einstweiligen Verfügungsverfahren gegenüber der Beklagten ausgesprochenen Verbote,

für die Uhren mit bestimmten Behauptungen zu werben

und die Uhren mit der Warenbezeichnung "Grand Prix" in ihren Filialen oder in ihren sogenannten "Frisch-Depots" zum Kauf anzubieten.

Nachdem die Beklagte eine - bis zur rechtskräftigen Entscheidung des Hauptprozesses befristete - strafbewehrte Verpflichtungserklärung abgegeben hatte, die Kunden über die Irreführung der Bezeichnung "Grand Prix" aufzuklären und für den Vertrieb der Uhr keine Werbung mehr zu betreiben, hob das Oberlandesgericht in der Entscheidung vom gleichen Tag (6 U 165/75) die einstweilige Verfügung wegen veränderter Umstände insoweit auf, als darin der Beklagten verboten worden war, die Uhr zum Kauf anzubieten. Sämtliche 530 000 Armbanduhren wurden daraufhin in der Zeit von Mitte Dezember 1975 bis Ende Mai 1976 abgesetzt.

Die Klägerin verfolgt mit der vorliegenden Klage ihre zuvor im einstweiligen Verfügungsverfahren geltend gemachten Unterlassungsansprüche.

Sie hat vorgetragen, die Werbung der Beklagten für die fraglichen Uhren sei als Vorspannangebot rechtswidrig, da die Beklagte die Uhr zusammen mit einem Paket "Gold Mocca" angeboten und so auch durch Text und Bild geworben habe. Zwar sei die Uhr auch ohne Kaffee zu erhalten gewesen, doch seien beide Artikel stets gemeinsam angeboten worden. Die Beklagte habe außerdem durch die Herausstellung des Preises von 18,95 DM für die Uhr bei den Verbrauchern die Vorstellung geweckt, die Ware werde zu einem besonders günstigen Preis angeboten. Dadurch verstoße das Vorspannangebot gegen § 1 UWG. Mit den Werbeaussagen "Schweizer Sportuhr Grand Prix", "Die Sportuhr des Jahres", "Original Schweizer Fabrikat" und "mit Tachymetre-Skala" werde dem Verbraucher fälschlicher Weise eine besondere Qualität der Uhr vorgespiegelt. Die angebotene Uhr sei ein absolut minderwertiges Produkt. Die im Kundenbrief erwähnte "Garantie" sei ebenfalls irreführend, da sie sich, **wie sich aus der beigegepackten** Garantieerklärung ergebe, nur auf Fabrikationsfehler und Materialschäden erstrecke. Die Bezeichnung "Original Schweizer Uhr" suggeriere eine besondere Qualität, welche der Uhr nicht zukomme. Außerdem habe die Beklagte bei dem Verbraucher die Befürchtung ausgelöst, daß er die Uhr nur in dem Zeitraum vom 23.10.1975 bis zum 8.11.1975 erhalten könne. Die Beklagte habe die Vorstellung erweckt, sie biete die Uhr nur vorübergehend als besonders vorteilhafte Gelegenheit an. Diese Maßnahme habe zur Beschleunigung des Absatzes von Kaffee und Uhr gedient. Da sich der Uhrenhandel außerhalb ihres regelmäßigen Geschäftsverkehrs vollziehe, liege in der Werbung für die Uhr eine unzulässige Sonderveranstaltung.

Die Klägerin hat beim Landgericht beantragt,

unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen

- a) in Filialen bzw. Zweigniederlassungen und/oder im Zusammenwirken mit Unternehmen des Einzelhandels - insbesondere sogenannten Frisch-Depots - Armbanduhren des Fabrikats "B. " mit der Warenbezeichnung "Grand Prix" und/oder dem auf der Zifferblattumrandung befindlichen Wort "Tachymetre" und/oder der auf der Zifferblattumrandung befindlichen Tachymetre-Skala zum Kauf anzubieten bzw. anbieten zu lassen;
- b) im geschäftlichen Verkehr gegenüber Letztabnehmern zu Wettbewerbszwecken bezüglich der in Ziff. 1 a) genannten Uhren zu werben zu lassen mit dem Text:

"Schweizer Sportuhr Grand Prix" und/oder

"Die Sportuhr des Jahres" und/oder

"Original Schweizer Fabrikat" und/oder

"mit Tachymetre-Skala".

Die Beklagte hat einen Wettbewerbsverstoß in Abrede gestellt. Hinsichtlich der beim Verbraucher geweckten Vorstellungen hat sie Bezug genommen auf das Gutachten der GFM - Gesellschaft für Marktforschung mbH - vom November 1975 (Anl. B 18).

Das Landgericht hat zu der Behauptung der Klägerin, bei der angebotenen Uhr handele es sich um eine Uhr einfachster Konstruktion, ein Sachverständigengutachten eingeholt und, unter teilweiser Abweisung der Klage, der Beklagten verboten

- a) in firmeneigenen Verkaufsstellen (Filialen) und/oder in ihr vertraglich verbundenen Einzelhandels-Geschäften - insbesondere in sogenannten Frisch-Depots - Herrenarmbanduhren der Herstellerin B. mit der Waren-(Modell)-Bezeichnung "Grand Prix" nur zeitlich begrenzt anzubieten und für ihren Verkauf mit der Ankündigung eines zeitlich bestimmten Verkaufsbegins und unter Herausstellung ihres Namens "Grand Prix" und/oder der Bezeichnung als "Sportuhr des Jahres" und/oder als "rasantes" Angebot und/oder "für nur 18,95 DM" zu werben;
- b) im geschäftlichen Verkehr für den Vertrieb der Herrenarmbanduhr der Herstellerin Buler mit der Waren (Modell)-Bezeichnung "Grand Prix" mit folgenden Angaben zu werten:

"Grand Prix" und/oder
"Die Sportuhr des Jahres" und/oder
"mit Tachymetre-Skala".

Die Beklagte hat dagegen Berufung eingelegt und beantragt,

das Urteil des Landgerichts abzuändern und die Klage abzuweisen, soweit die Beklagte verurteilt worden ist, es zu unterlassen,

in firmeneigenen Verkaufsstellen (Filialen) und/oder in ihr vertraglich verbundenen Einzelhandelsgeschäften - insbesondere in sogenannten Frisch-Depots - Herrenarmbanduhren der Herstellerin B. mit der Waren-(Modell)-Bezeichnung "Grand Prix" nur zeitlich begrenzt anzubieten und für ihren Verkauf mit

der Ankündigung eines zeitlichen bestimmten Verkaufsbeginns und für die Uhr mit den Werbebehauptungen "rasantes Angebot" und/oder "für nur 18,95 DM" zu werben.

Die Klägerin hat beantragt,

die Berufung zurückzuweisen,

hilfsweise

das angefochtene Urteil im Tenor 1 a) in den Zeilen 6 - 11 wie folgt abzuändern

PRIX anzubieten und/oder für ihren Verkauf mit der Ankündigung eines zeitlich bestimmten Verkaufsbeginns und/oder unter Herausstellung ihres Namens "Grand Prix" und/oder der Bezeichnung als "Sportuhr des Jahres" zu werben.

Mit ihrer Anschlußberufung hat sie beantragt,

das Urteil des Landgerichts im Tenor 1 b) abzuändern und wie folgt zu ergänzen:

- a) Vor den Worten "Grand Prix" zusätzlich durch die Worte "Schweizer Sportuhr" und
- b) durch die weiteren Worte "Original Schweizer Fabrikat".

Über die Hilfsanschlußberufung, die sie für den Fall erhebe, daß die Berufung der Beklagten ganz oder teilweise zur Aufhebung nicht angefochtener Teile des Urteils führe, beantragt sie,

das Urteil wie folgt abzuändern,

- a) in Filialen bzw. Zweigniederlassungen und/oder im Zusammenwirken mit Unternehmen des Einzel-

handels - insbesondere sogenannten
Frisch-Depots - Armbanduhren des Fabrikats
"B..." mit der Warenbezeichnung "Grand Prix"
und/oder dem auf der Zifferblattumrandung
befindlichen Wort "Tachymetre" und/oder der
auf der Zifferblattumrandung befindlichen
Tachymetre-Zahlen-Skala zum Kauf anzubieten
bzw. anbieten zu lassen,

- b) im geschäftlichen Verkehr gegenüber Letzt-
abnehmern zu Wettbewerbszwecken bezüglich
der in Ziff. a) genannten Uhren zu werben
oder werben zu lassen mit dem Text

"Grand Prix"

und/oder

"Sportuhr des Jahres"

und/oder

"mit Tachymetre-Skala".

Die Beklagte hat beantragt,

die Anschlußberufung der Klägerin zurückzuweisen.

Das Oberlandesgericht hat wie folgt erkannt:

1. der Beklagten wird verboten,

- a) im geschäftlichen Verkehr den Verkauf von
Herrenarmbanduhren wie folgt anzukündigen:

"Liebe Kundin,

nachdem wir Ihnen im Frühjahr die schicken
Damenarmbanduhren anbieten konnten, wurden
wir von vielen Frauen immer wieder gefragt:
"Wann tut Ihr mal was für unsere Männer?!"

Nun, ab - Datum - ist es soweit! Dann gibt
es in unseren Filialen und Frisch-Depots

"Grand Prix" - die sportlichen Herren-
armbanduhr!

Ein Original Schweizer Fabrikat

mit Garantie - für nur DM 18,95!

"Grand Prix" hat ein Fiberglasgehäuse und ist stoßgeschützt.

Eine Uhr, die vielleicht dafür sorgen kann, daß die Herren der Schöpfung sonntags nach dem Fußballspiel pünktlich zum Kaffee zu Hause sind.

Also, merken Sie sich den - Datum -.
Es lohnt sich",

- b) für den Vertrieb der Herrenarmbanduhr der Herstellerin Buler mit der Waren (Modell)-Bezeichnung "Grand Prix" mit folgenden Angaben zu werben:

"Grand Prix" und/oder

"Schweizer Sportuhr Grand Prix" und/oder

"Die Sportuhr des Jahres" und/oder

"Mit Tachymetre-Skala" und/oder

"Original Schweizer Fabrikat mit Garantie für nur DM 18,95".

2. Für jeden Fall der Zuwiderhandlung wird der Beklagten ein Ordnungsgeld bis zu 500.000,-- DM oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, letztere zu vollziehen an ihren persönlich haftenden Gesellschaftern, angedroht.

3. Im übrigen wird die Klage abgewiesen.

- II. Die weitergehende Berufung der Beklagten und die weitergehende Anschlußberufung der Klägerin werden zurückgewiesen.

III. Die Beklagte trägt vier Zehntel, die Klägerin sechs Zehntel der Kosten des Rechtsstreits.

Dagegen richtet sich die Revision der Klägerin, mit der beantragt wird, das angefochtene Urteil aufzuheben, soweit zum Nachteil der Klägerin erkannt worden ist und in vollem Umfang nach den Schlußanträgen der Klägerin in der Berufungsinstanz zu erkennen, hilfsweise, die Sache im Umfang der Aufhebung zur neuen Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen. Die Beklagte beantragt, die Revision der Klägerin zurückzuweisen. Sie hat ferner für den Fall, daß auf die Revision der Klägerin hin das Berufungsurteil im Umfange der Klagabweisung ganz oder teilweise aufgehoben werden sollte, Hilfsanschlußrevision eingelegt mit dem Antrag, das Berufungsurteil insoweit aufzuheben, als es die Beklagte zur Unterlassung und zur Tragung von vier Zehnteln der Kosten des Rechtsstreits verurteilt hat. Die Klägerin beantragt, die Hilfsanschlußrevision zurückzuweisen. In der mündlichen Verhandlung vor dem Senat hat die Beklagte, mit Zustimmung der Klägerin, die Hilfsanschlußrevision zurückgenommen. Sie hat den Klageanspruch anerkannt, soweit beantragt worden sei, der Beklagten zu verbieten, für den Verkauf der im Urteilstenor zu 1 a) des Landgerichts genannten Herrenarmbanduhren mit der Ankündigung eines zeitlich bestimmten Verkaufsbeginns und/oder als "rasantes" Angebot zu werben.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus, die Rechtsmittel beider Parteien hätten teilweise Erfolg. Die

Berufung der Beklagten richte sich allein gegen das im Urteilstenor 1 a) ausgesprochene Verbot und führe zur Abänderung des angefochtenen Urteils, soweit darin das Verbot ausgesprochen sei, die Herrenarmbanduhr "Grand Prix" nur zeitlich begrenzt anzubieten, und zu einer näheren Bestimmung des Werbeverbots. Das Berufungsgericht befaßt sich des näheren mit der Auslegung des Urteilstenors und kommt zu dem Ergebnis, daß in Ziff. 1 a) es der Beklagten nicht schlechthin verboten werde, die Herrenarmbanduhr mit der Bezeichnung "Grand Prix" oder mit der Werbung "Sportuhr des Jahres", "Rasantes Angebot", oder "für nur DM 18,95" anzubieten. Die im Tenor 1 a) gerügten Werbeangaben stünden in notwendigem Zusammenhang mit dem Verbot, die Armbanduhr "nur zeitlich begrenzt anzubieten". Der Tenor 1 a) fasse das Angebot der Ware und ihre Werbung zu einem Verbot zusammen. Der Urteilstenor 1 a) verbiete der Beklagten ein geschäftliches Verhalten, das sich zusammensetze aus einem nur befristeten Angebot, der Ankündigung des Verkaufsbeginns und der werbemäßigen Herausstellung einer der Bezeichnungen "Grand Prix" oder "Sportuhr des Jahres" oder "Rasantes Angebot" oder "für nur 18,95 DM". Ohne eine zeitliche Befristung des Angebots oder ohne die Ankündigung eines bestimmten Verkaufsbeginns sei eine einzelne der genannten Werbebehauptungen nach dem Urteilstenor 1 a) nicht untersagt. Als Folge dieses Verständnisses des Urteilstenors ergebe sich, daß der Berufungsantrag der Beklagten den Urteilstenor 1 a) in vollem Umfang erfasse. Wenn auch die Beklagte an sich bereit sei, die Werbung "Sportuhr des Jahres" oder "Grand Prix" als verboten hinzunehmen, so werde diese doch in diesem Tenor nicht selbständig verboten. Diese Auslegung

des Tenors 1 a) des Landgerichtsurteils ergebe sich daraus, daß nach den Entscheidungsgründen ersichtlich die angeführten Werbebehauptungen mit dazu dienten, den Tatbestand des Uhrenverkaufs als unzulässige Sonderveranstaltung im Sinne des § 1 der Anordnung vom 4. Juli 1935 zu kennzeichnen.

Die Berufung der Beklagten führe jedoch zu einer teilweisen Abänderung des angefochtenen Urteils. Denn die beanstandete Werbung der Beklagten weise zwar auf die Durchführung einer unzulässigen Sonderveranstaltung im Sinne des § 1 AO hin, dies rechtfertige aber nicht das im Urteilstenor 1 a) ausgesprochene Vertriebsverbot "nur zeitlich begrenzt anzubieten", sondern erfordere lediglich, die hierauf gerichtete Werbung insgesamt zu verbieten. Es handele sich um die Ankündigung einer nach der Vorstellung des Verbrauchers außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfindenden Verkaufsveranstaltung. Auch wenn man entgegen der Ansicht der Klägerin unterstelle, daß der Verbraucher den Verkauf einer branchenfremden Ware in Kaffeegeschäften nicht als eine Durchbrechung des ständigen Geschäftsbetriebes und schon deshalb als eine außergewöhnliche Verkaufsveranstaltung ansehe, werde gegen § 1 der AO verstoßen, weil die von der Beklagten für den Verkauf der Herrenarmbanduhr "Grand Prix" betriebene Werbung als Ankündigung einer unzulässigen Sonderveranstaltung zu beurteilen sei. Das im Urteilstenor wiedergegebene Werbeschreiben wecke bei den Verbrauchern die Vorstellung, die Beklagte führe eine besondere befristete Verkaufsaktion durch, die sogar aus dem Rahmen des üblichen Handels der Beklagten mit Gebrauchsartikeln herausfalle. Die Werbung suggeriere ein ungewöhnliches Angebot und lasse den Verbraucher eine im Verhältnis zum Preis ungewöhnliche Leistung er-

warten. Mit der vom Berufungsgericht im einzelnen gewürdigten Werbung werde das an sich berechnigte Ziel der Beklagten, Kaffee und Uhren beschleunigt abzusetzen, in einer aus dem Rahmen des üblichen Geschäftsbetriebes herausfallenden Art und Weise akzentuiert.

Die bei dem festgestellten Wettbewerbsverstoß zum Schutze des Verbrauchers und zur Reinhaltung des Wettbewerbs gebotene Maßnahme beschränke sich aber auf das Verbot der beanstandeten Werbung. Die Klägerin habe allerdings einen Anspruch auf Unterlassung des Vertriebs der Herrenarmbanduhr in ihrem Klageantrag ausdrücklich geltend gemacht und das Landgericht habe dem mit dem Verbot "nur zeitlich begrenzt anzubieten" teilweise stattgegeben. Das Wettbewerbsrecht sei jedoch nicht dazu bestimmt, den Vertrieb der angepriesenen Ware selbst zu unterbinden. Die nach dem UWG auszusprechenden Unterlassungsgebote richteten sich gegen die als anstößig empfundene Handlung selbst oder gegen irreführenden Angaben. Darüber hinaus werde die gewerbliche Freiheit des Wettbewerbers grundsätzlich nicht berührt. Dies müsse auch bei Anwendung der Anordnung betreffend Sonderveranstaltungen gelten. Stelle die Werbung die Ankündigung einer unzulässigen Sonderveranstaltung dar, so richte sich das wettbewerbliche Unterlassungsverbot gegen die Werbung selbst. Zwar könne es im Einzelfall geboten sein, neben dem Werbungsverbot auch ein Vertriebsverbot auszusprechen, wenn zu befürchten sei, daß die untersagte Werbebehauptung in der Erinnerung der Verbraucher fortwirke und mit dem Angebot der Ware selbst wachgerufen werde. Dieser Gesichtspunkt der Fortwirkung der Ankündigung könne aber im vorliegenden Falle nicht durchgreifen. Es lasse sich nicht feststellen, daß

die unzulässige Werbung vom Oktober 1975 im Zeitpunkt der mündlichen Verhandlung vor dem Berufungsgericht vom 23. Oktober 1977 in der Vorstellung der Verbraucher noch fortwirke. Denn die Beklagte habe die Herrenarmbanduhr bis Ende Mai 1976 ohne die beanstandete Werbung abgesetzt. Damit sei auch die Erinnerung an die unzulässige Ankündigung vom Oktober 1975 verloren gegangen. Es bestehe danach kein Anlaß mehr, über das Verbot der unzulässigen Werbung hinaus auch das Angebot der Ware selbst zu untersagen. Das angefochtene Urteil sei deshalb insoweit aufzuheben, als der Beklagten darin verboten werde, die Herrenarmbanduhr "Grand Prix" nur "zeitlich begrenzt anzubieten".

Das Berufungsgericht führt weiter aus, das vom Landgericht im Urteilstenor 1 a) ausgesprochene Verbot könne auch nicht unter dem Gesichtspunkt eines unzulässigen Koppelungsangebotes aufrechterhalten werden. Die Beklagte habe, wie das Berufungsgericht näher ausführt, in ihrer Werbung hinreichend deutlich gemacht, daß die Uhr ohne Kaffee verkauft werde. Soweit die Klägerin sieben Einzelfälle gerügt habe, in denen in Filialen der Beklagten der Kauf der Uhr vom Kauf von Kaffee abhängig gemacht worden sei, habe sie keinen sachgerechten Antrag gestellt. Denn ein in Einzelfällen festzustellender Kaufzwang rechtfertige es nicht, gegenüber der Beklagten ein umfassendes Verbot auszusprechen, die Herrenarmbanduhr anzubieten.

Das Berufungsgericht begründet ferner die Notwendigkeit einer Neufassung des Unterlassungstenors und die Beschränkung auf die konkrete Werbebehauptung in dem mehrfach erwähnten Schreiben.

Das neugefaßte Unterlassungsgebot stelle, so führt das Berufungsgericht aus, gegenüber dem im landgerichtlichen Urteilstenor 1 a) ausgesprochenen Werbeverbot ein Minus dar. Das Verbot der Ankündigung einer unzulässigen Sonderveranstaltung sei Teil des Verbotsantrages der Klägerin, "die Herrenarmbanduhr "Grand Prix" anzubieten bzw. anbieten zu lassen"; deswegen sei es prozeßrechtlich nicht erforderlich, auf den im Schriftsatz vom 16. Februar 1977 formulierten Hilfsantrag, mit dem das Verbot "zu werben" auch alternativ neben dem Verbot "anzubieten" beantragt wird, als Antrag einer Anschlußberufung zurückzugreifen. Die Anschlußberufung der Klägerin, so führt das Berufungsgericht schließlich aus, führe zu einer teilweisen Änderung des Urteilstenors 1 b). Die Bezeichnung als "Schweizer Sportuhr" oder "Original Schweizer Fabrikat" sei zwar in Alleinstellung nicht als irreführende Angabe zu verstehen, da diese Behauptung der Wirklichkeit entspreche. Deshalb sei die Klägerin mit ihrer Anschlußberufung, soweit damit das Verbot der Bezeichnung "Original Schweizer Sportuhr" in Alleinstellung erstrebt werde, zurückzuweisen. Aber bei der Gesamtwürdigung des Werbeschreibens gehe die beanstandete werbemäßige Anpreisung in ihrem Aussagegehalt über eine bloße Herkunftsbezeichnung hinaus. Die Verbindung der Wörter "Schweizer Sportuhr" mit "Grand Prix" sowie die Kombination der Bezeichnung "Original Schweizer Fabrikat" mit der "Zusage einer Garantie" und der Preisangabe "für nur DM 18,95" erweckten bei dem Verbraucher die Vorstellung, daß ihm eine Uhr besonderer Güte angeboten werde. Mit der werbemäßigen Darstellung, es handele sich um eine ausgezeichnete Uhr ("Grand Prix") unter der Herausstellung als preislich günstiges Angebot ("für nur") preise die Beklagte minder-

wertige Uhren so an, als handele es sich dabei um eine hochwertige Qualität. Dies verstoße gegen § 3 UWG.

II. Die dagegen gerichtete Revision hat Erfolg.

1. Prozeßrechtliche Rügen.

a) Die Revision rügt Verletzung der §§ 519 Abs. 3 Nr. 1, 536, 537 ZPO mit der Begründung, die Berufung enthalte einen unzulässigen Antrag und hätte deshalb vollständig verworfen werden müssen. Die Beklagte habe nämlich nicht eine Teilabweisung des zugesprochenen Unterlassungsanspruchs beantragt, sondern die Streichung einzelner Merkmale der verbotenen Verletzungshandlung. Der Revision ist einzuräumen, daß der Wortlaut des von der Beklagten gestellten Berufungsantrags eine solche Auslegung als möglich erscheinen lassen könnte, und daß eine diesem Wortlaut folgende Abänderung der landgerichtlichen Verurteilung zu 1 a) der Klägerin ein Urteil zugesprochen hätte, das diese nicht beantragt hatte und das auch nicht als ein Minus, sondern als ein Aliud zu betrachten wäre. Indessen kann es nicht als rechtsfehlerhaft beurteilt werden, daß das Berufungsgericht den Berufungsantrag der Beklagten nicht in diesem Sinne, sondern dahin aufgefaßt hat, daß er den Urteilstenor zu 1 a) in vollem Umfang erfasse. Das angeblich hingegenommene und vom Berufungsantrag nicht erfaßte Verbot der Herausstellung des Namens "Grand Prix" und/oder "Sportuhr des Jahres" durfte das Berufungsgericht ohne Rechtsfehler als einen unselbständigen Teil eines vom Klageantrag und der Verurteilung im Hinblick auf § 1 der AO betr. Sonderveranstaltungen vom 4. Juli 1935

gemeinten Gesamt-Verbotstatbestandes auffassen. Dann ist aber auch seine Auslegung, der Berufungsantrag solle sich gegen die Verurteilung zu 1 a) als Ganzes richten, mangels ausdrücklicher gegenteiliger Erklärung der Beklagten unbeschadet dieses Wortlauts möglich, ohne gegen die genannten Vorschriften zu verstoßen.

b) Die Revision rügt auch zu Unrecht eine Verletzung der §§ 322, 308, 536 ZPO insofern, als das angefochtene Urteil zu 1 a) im Unklaren lasse, wie weit der entsprechende Klageantrag - in der vom Landgericht zugesprochenen Form - zugebilligt oder abgewiesen worden sei. Denn das vom Berufungsgericht, abweichend von der Fassung der Anträge und des landgerichtlichen Verbots, ausgesprochene Verbot der Verwendung eines bestimmten Werbeschreibens könne nicht als Verbotskonkretisierung auf die "konkrete Werbebehauptung" angesehen werden, zumal es nach dem Klageantrag ohnehin nicht um die Unterlassung einer Werbebehauptung, sondern um den Vertrieb auf dem Weg der Ankündigung und Durchführung einer Sonderveranstaltung gehe. Es sei ein anderes Verbot an die Stelle des beantragten gesetzt worden. Dem kann nicht zugestimmt werden. Vielmehr ist das Berufungsurteil nach seinem Inhalt dahin zu verstehen, daß die Beklagte wegen eines Verstoßes gegen § 1 AO betreffend Sonderveranstaltungen zu verurteilen sei. Die Verurteilung könne aber - jedenfalls unter Umständen wie hier - nicht auf den Vertrieb bzw. dessen Unterlassung gerichtet werden, sondern lediglich auf die Unterlassung der konkreten Werbung. Deshalb eliminiert das Berufungsgericht den Bestandteil

"nur zeitlich begrenzt" im landgerichtlichen Urteil, den es als ein Verbot des Vertriebs - wenn auch nur insoweit, als kein Dauervertrieb vorliegt - ansieht. Das danach verbleibende Verbot der Werbung spricht das Berufungsurteil wiederum nicht in der nach der Ansicht des Berufungsgerichts abstrakten Fassung der landgerichtlichen Verurteilung aus, sondern in der Fassung der konkreten Verletzungsform des vorgenannten Schreibens. Unter diesen Umständen scheint der Umfang der Rechtskraftwirkung eines entsprechenden Urteils nicht zweifelhaft. Verbotten hat das Berufungsgericht eine Werbung, die jenem Schreiben entspricht. Dagegen ist der Antrag auf ein Verbot des zeitlich begrenzten Vertriebs abgewiesen worden.

c) Ohne Erfolg rügt die Revision auch eine Verletzung der §§ 551 Nr. 7 und 537 ZPO dadurch, daß das Berufungsgericht nicht über die von der Klägerin für den Fall einer teilweisen Abänderung des Landgerichtsurteils zu 1 a) anhängig gemachte Hilfsanschließung entschieden habe. Das Berufungsgericht hat sich insoweit entgegen dem Vortrag der Revision nicht darauf beschränkt auszuführen, eine solche Entscheidung sei prozessual nicht erforderlich. Es hat vielmehr ausgeführt, das Verbot der Ankündigung einer unzulässigen Sonderveranstaltung sei Teil des Verbotsantrags der Klägerin "die Herrenarmbanduhr "Grand Prix" anzubieten bzw. anbieten zu lassen; deswegen sei es prozessual nicht erforderlich, auf den Hilfsantrag, mit dem das Verbot zu "werben", auch alternativ neben dem Verbot "anzubieten" beantragt werde, als Antrag einer Anschlußberufung zurückzugreifen. Diese Ausführungen entsprechen den Anforderungen an eine Begründung im Sinne des § 551 Nr. 7 ZPO. Der Senat hat

ferner die auf Seite 8 der Revisionsschrift unter Ziff. 4 und 5 geltend gemachten Rügen von Verfahrensmängeln geprüft, aber nicht für durchgreifend erachtet. Insoweit wird von einer Begründung gem. § 565 a ZPO abgesehen.

2. In materiell-rechtlicher Hinsicht wendet sich die Revision in erster Linie dagegen, daß das Berufungsgericht zwar einen Verstoß gegen § 1 AO bejaht, das Verbot aber auf die beanstandete Werbung beschränkt und nicht zugleich einen Anspruch auf Unterlassung des Vertriebs zugesprochen hat. Damit, so meint die Revision, werde § 2 AO unzutreffend angewandt, der die "Abhaltung" von Sonderveranstaltungen untersage. Zur Abhaltung gehöre nicht nur die Ankündigung einer Sonderveranstaltung, sondern auch der Warenvertrieb im Rahmen einer solchen Veranstaltung, so daß ein Gesamtverbot erfolgen müsse. Dieser Angriff hat Erfolg.

a) Wenn § 2 AO die Abhaltung von (ungenehmigten) Sonderveranstaltungen untersagt, so bezieht sich dieses Verbot auf die in § 1 AO beschriebenen Verkaufsveranstaltungen. Diese erschöpfen sich, wie schon der Wortlaut ergibt, nicht in der jeweiligen werbemäßigen Ankündigung. Diese ist vielmehr nach Wortlaut und Sinnzusammenhang dieser Vorschrift nur eines unter mehreren dort aufgeführten Merkmalen einer solchen Veranstaltung. Das Verbot einer solchen Veranstaltung erfaßt deshalb grundsätzlich auch die Verkaufshandlungen, den Vertrieb. Eine andere Auslegung verbietet sich schon deshalb, weil der Veranstalter sonst trotz des Verbots die Früchte der Veranstaltung ziehen könnte und die Vorschrift ihren Zweck verfehlen würde. Dementsprechend kann - muß allerdings

nicht - (vgl. BGH GRUR 1962, 42, 44 - Sonderveranstaltung II; 1972, 125 - Sonderveranstaltung III) der Unterlassungsantrag im Prozeß grundsätzlich auch auf das Verbot des Vertriebs im Rahmen der Sonderveranstaltung erstreckt werden.

Der hiervon abweichenden Auffassung des Berufungsgerichts, daß dies rechtsgrundsätzlich nicht möglich sei und das Unterlassungsgebot nur gegen die Werbung selbst gerichtet werden könne, kann nicht zugestimmt werden. Sie wird auch nicht durch das Argument getragen, die Verbote des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb richteten sich nur gegen die jeweils anstößige Handlung. Denn selbst nach den allgemeinen Vorschriften dieses Gesetzes können auch Vertriebshandlungen verboten werden, z.B. in Fällen des sklavischen Nachbaues unter dem Gesichtspunkt des § 1 UWG (vgl. BGH GRUR 1979, 119 = WRP 1979, 443 - Modeschmuck). Für den Fall der Sonderveranstaltung gilt dies erst recht, weil § 1 AO die eine Sonderveranstaltung ausmachenden Einzelhandlungen, darunter Ankündigung und Vertrieb, tatbestandlich zu einer Handlung zusammenfaßt.

Dementsprechend hat das Gericht, wenn es die Voraussetzungen des § 1 AO feststellt und der Klageantrag entsprechend gefaßt ist, auch den Vertrieb der davon betroffenen Waren als Teil der Abhaltung der Sonderveranstaltung (§ 2 AO) zu verbieten (vgl. BGH GRUR 1974, 341 = WRP 1974, 149 - Campagne; BGH GRUR 1977, 791 = WRP 1977, 399 - Filialeröffnung). Auf die Frage der Fortwirkung der als Teil der Gesamtveranstaltung gleichzeitig zu untersagenden Werbung kommt es in diesem Zusammenhang nicht an.

Insoweit liegt es bei der Beurteilung des ungekoppelten Angebots von Vorspannwaren unter dem Gesichtspunkt der §§ 1, 3 UWG im Grundsatz anders als bei der Anwendung des § 1 AO (vgl. BGH WRP 1978, 806 = GRUR 1979, 55 - Tierbuch).

b) Maßgeblich ist im Streitfall insoweit lediglich, ob eine Wiederholungsgefahr hinsichtlich der Sonderveranstaltung als solcher besteht. Das Berufungsgericht hat dazu, von seinem Standpunkt aus folgerichtig, keine Feststellungen getroffen. Es bedarf jedoch insoweit keiner Zurückverweisung, weil die getroffenen Feststellungen dem Senat eine abschließende Beurteilung ermöglichen. Nach ständiger Rechtsprechung besteht bei Wettbewerbsverstößen eine tatsächliche Vermutung für das Vorliegen einer Wiederholungsgefahr (vgl. BGH GRUR 1959, 544, 547 - Modenschau), an deren Beseitigung strenge Anforderungen zu stellen sind (BGH GRUR 1972, 550 - Spezialsalz II). Diese Vermutung hat die Beklagte nicht beseitigt. Ein strafgesichertes Unterlassungsversprechen hat die Beklagte nicht abgegeben. Auch das Anerkenntnis, das die Beklagte in der mündlichen Verhandlung vor dem Senat abgegeben hat, beseitigt die Wiederholungsgefahr hinsichtlich der Sonderveranstaltung als solcher nicht. Der vom Berufungsgericht herausgestellte Umstand, daß die hier umstrittene Uhren-Verkaufsaktion im Mai 1976 wegen Verkaufs der vorhandenen Warenmenge ihr Ende gefunden hatte, steht der Annahme einer Wiederholungsgefahr ebenfalls nicht entgegen, zumal die Beklagte, wie das Berufungsgericht mit seiner rechtsfehlerfreien Auslegung des Berufungsantrages festgestellt hat, ihre Aktion, von einigen Einzelpunkten abgesehen, auch in der Berufungsinstanz als rechtmäßig verteidigt hat. Das Berufungsurteil war deshalb in diesem Punkt aufzuheben und das Landgerichtsurteil insoweit wiederherzustellen.

c) Die Urteilsformel hat das Berufungsgericht allerdings zutreffend auf die konkrete Verletzungsform abgestellt. Deshalb konnte hinsichtlich des hier in Rede stehenden Punktes nicht auf den Tenor des Landgerichtsurteils zurückgegriffen werden. Vielmehr war Ziffer I 1 a des Tenors des Berufungsurteils in Anpassung an den Wortlaut des § 2 AO lediglich dahin zu ergänzen, daß der Beklagten zusätzlich verboten ist, eine solche Veranstaltung einschließlich des Vertriebs abzuhalten. Dabei war es nicht geboten, die Formulierung "zeitlich begrenzt anzubieten" in die Urteilsformel aufzunehmen. Bei einer Verurteilung nach §§ 1, 2 AO setzt das Verbot die Feststellung einer Sonderveranstaltung voraus und es verbietet eine solche. Eine Sonderveranstaltung ist stets zeitlich begrenzt, so daß die Aufnahme dieser Formulierung in die Verbotsformel gegenstandslos ist. Der Klageantrag enthielt deshalb zu Recht diese Wendung nicht. In der Urteilsformel des Landgerichts hätte sie deshalb auch nicht, wie vom Berufungsgericht, als teilweises Stattgeben gegenüber einem auf dauerndes Vertriebsverbot gerichteten Antrag aufgefaßt werden dürfen. Diese Formulierung enthielt im Rahmen des § 1 AO lediglich eine nähere - überflüssige, aber unschädliche - Beschreibung des Sonderveranstaltungscharakters der beanstandeten Handlung.

3. Soweit die Revision ein dauerndes Vertriebsverbot aus § 3 UWG herleiten will, verkennt sie den Streitgegenstand des Klageantrages zu 1 a, der lediglich das Verbot einer Sonderveranstaltung zum Gegenstand hat. Darin liegt nach Wortlaut und Sinn des Klagevorbringens auch keine Klageerweiterung, sondern lediglich eine zusätzliche Begründung des Klageantrages zu 1 a. Nicht

anders liegt es, soweit die Revision die Nichtanwendung des § 1 UWG rügt. Das Berufungsgericht hätte, so wird ausgeführt, eine unlautere Koppelung des Uhrenvertriebs mit dem Kaffeeverkauf bejahen müssen, weil die Waren, wie unter Beweis gestellt worden sei, durch gemeinsame Verpackung zusammen angeboten worden seien, in mindestens sieben Fällen die Filialen der Beklagten den Bezug der Vorspannware vom Kauf der Hauptware abhängig gemacht hätten und das Publikum die Verkaufspraxis noch so in Erinnerung gehabt habe. Außerdem sei in Zeitungsanzeigen für Armbanduhr und Kaffee in optischer Koppelung geworben worden. Diesem Angriff steht entgegen, daß die Klägerin den Klageantrag nicht auf ein Verbot des gekoppelten Verkaufs von Uhr und Kaffee, sondern allein auf die Unterlassung des Vertriebs der Uhr im Rahmen einer Sonderveranstaltung gerichtet hat. Soweit die Klägerin für eine Koppelung sprechende Tatsachen vorgetragen hat, diene dieser Vortrag lediglich der Begründung des beantragten Verbots dieser Veranstaltung. Dementsprechend hat auch das Berufungsgericht diesen Teil des Prozeßvortrags nur im Hinblick auf diesen Klageantrag gewürdigt. Das ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden, stand nach Lage des Falles auch nicht im Widerspruch zu § 139 ZPO.

Die Ausführungen des Berufungsgerichts zum Klageantrag 1 b hat die Revision nicht ausdrücklich ange-

griffen. Es ist auch nicht erkennbar, daß sich die Revision darauf erstrecken sollte.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 ZPO.

Gamm

Alff

Merkel

Zülch

Piper