

6

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 3

Stangenglas

- a) Zur Bestimmung der für eine Irreführungsgefahr maßgeblichen Verkehrskreise bei regional begrenzter Werbung.
- b) Beschränkt sich die eigene Sachkunde des Tatrichters unter dem Einfluß örtlicher Gegebenheiten und Erfahrungen auf Vorstellungen eines regional begrenzten Verkehrskreises und ist es nach der Lebenserfahrung naheliegend, daß der außerhalb dieses begrenzten Gebiets angesprochene Verkehr abweichende Vorstellungen hat, so kann über einen räumlich nicht eingeschränkten Unterlassungsantrag nach § 3 UWG in der Regel nicht ohne Beweiserhebung über die Vorstellungen des Verkehrs im gesamten Einzugsgebiet der Werbung entschieden werden.

BGH, Urt. v. 29. September 1982 - I ZR 25/80 - OLG Köln
LG Köln

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 25/80

URTEIL

Verkündet am

29. September 1982
Mehrhof
Justizangestellte

in dem Rechtsstreit

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

der Brauerei Franz S [REDACTED] KG, vertreten durch die
persönlich haftende Gesellschafterin, Franz-S [REDACTED]-
Straße, L [REDACTED]/R [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

die K [REDACTED]-Kölsch-AG, vertreten durch die Vorstandsmit-
glieder Dr. Werner Ki [REDACTED], Friedrich B [REDACTED], Friedrich
J [REDACTED], Klaus Nepmann, Hermann Zitzelsberger, A [REDACTED]-
straße [REDACTED], K [REDACTED] [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und
Dr. [REDACTED] -

6

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat
auf die mündliche Verhandlung vom 29. September 1982
durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm
und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Erdmann
und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird
das Urteil des 6. Zivilsenats des
Oberlandesgerichts Köln vom 14. Dezember
1979 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Ver-
handlung und Entscheidung, auch über die
Kosten der Revision, an das Berufungs-
gericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand

Die Klägerin stellt in Köln helles obergäriges Bier her, das sie unter der Bezeichnung "K[REDACTED] Kölsch" insbesondere in Köln und Umgebung vertreibt. Die Beklagte braut Bier in L[REDACTED] am R[REDACTED]. Ihr helles obergäriges Bier vertreibt sie in Flaschen mit den im nachstehenden Antrag der Klägerin wiedergegebenen Etiketten unter der Bezeichnung "Steffi" ebenfalls u.a. in Köln und Umgebung. Die Klägerin hat behauptet, das Bauch-Etikett mit dem schlanken, zylindrischen, mit hellem Bier gefüllten Bierglas in Form der typischen "Kölsch-Stange" und dem Zusatz: "DAS HELLE OBERGÄRIGE" rufe bei einem nicht unerheblichen Teil des Handels und der Verbraucherschaft den irrigen Eindruck hervor, es handele sich bei dem Flascheninhalt um Kölsch-Bier, also um in Köln hergestelltes helles obergäriges Bier.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 500.000,-- DM, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, von ihr hergestelltes und/oder vertriebenes helles obergäriges Bier in Flaschen in Verkehr zu bringen, auf deren Etikett ein gefülltes Bierglas in Form einer "Kölsch-Stange" von der nachstehenden Art abgebildet ist:



Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie hat behauptet, das Stangenglas werde seit Jahrzehnten im gesamten Getränke-(auch Bier)-bereich und im Privatbereich zu den verschiedensten Zwecken verwendet, seit Generationen auch zum Genuß von obergärrigem Bier und nicht nur etwa in Köln, um Kölsch-Bier zu trinken. Deshalb sei der Schluß, alles was aus Bierstangen zu trinken sei, müsse auch Kölsch sein, nicht möglich. Dies zeige insbesondere das zwischenzeitlich in der ganzen Bundesrepublik durch Großwerbungsaktionen wieder ins Leben gerufene Berliner "Stangenbier", bei dem es sich auch um ein helles obergärriges Bier handele. Darüber hinaus werde auf dem Etikett deutlich darauf hingewiesen, daß es sich um ein "obergärriges" Bier handele. Die Ausstattung führe mithin nicht zu der Annahme, der Inhalt sei Kölsch-Bier.

Das Landgericht hat die Möglichkeit einer Irreführung verneint und die Klage abgewiesen.

Im Berufungsverfahren haben die Parteien u.a. über die von der Beklagten in Anspruch genommene und von der Klägerin in Abrede gestellte Berechtigung der Beklagten gestritten, ihr in Linz/Rh. hergestelltes Bier "Kölsch" zu nennen.

Das Berufungsgericht hat die Beklagte verurteilt, es zu unterlassen, von ihr hergestelltes und/oder vertriebenes helles obergärriges Bier in Flaschen in Verkehr zu bringen, die mit dem im Klageantrag abgebildeten Etikett versehen sind.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter. Die Klägerin beantragt Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe

I. 1. Das Berufungsgericht hat den Klageantrag dahin verstanden, daß mit ihm von Anfang an nur die konkrete Verletzungsform - und nicht lediglich das auf dem Bauch-Etikett abgebildete gefüllte Glas - angegriffen worden sei. Es hat dies im Wege der Auslegung daraus entnommen, daß in den Klageantrag Abbildungen sämtlicher Etiketten der von der Beklagten verwendeten Bierflasche - außer dem "Bauch-Etikett" mit der Bierglas-Abbildung auch das "Hals-Etikett" und ein Prämienstreifen - aufgenommen worden seien und daß späteren Schriftsätzen sowohl der Klägerin als auch der Beklagten zu entnehmen sei, daß beide Parteien die konkrete Verletzungsform als Streitgegenstand betrachtet hätten.

2. Hiergegen wendet sich die Revision ohne Erfolg. Zwar ist - wie sie geltend macht - die Fassung des Klageantrags nicht ganz eindeutig. Die Auslegung, die das Berufungsgericht ihm gegeben hat, ist jedoch rechtlich - jedenfalls im Ergebnis - nicht zu beanstanden; denn schon in der Klagebegründung hat - was das Berufungsgericht zur weiteren Begründung seiner Auffassung hätte anführen können - die Klägerin selbst das Etikett (S. 14 und 15 der Klageschrift) bzw. die Etikettierung (S. 20 der Klageschrift) als "streitgegenständlich" bezeichnet und außerdem zur Klagebegründung auf weitere Elemente des konkreten Etiketts ("DAS HELLE OBERGÄRIGE", S. 13 der Klageschrift) verwiesen.

II. 1. Das Berufungsgericht hat in der Verwendung des angegriffenen Etiketts durch die Beklagte einen Verstoß gegen § 3 UWG gesehen, da das abgebildete Bierglas bei einem nicht unerheblichen Teil der Verbraucher den (irrigen) Eindruck erwecke, es handele sich bei dem Glasinhalt und damit auch bei dem Inhalt der mit dem Etikett versehenen Bierflaschen um Kölsch-Bier, d.h. um helles obergäriges Bier, das in Köln, allenfalls noch in der näheren Umgebung von Köln, zu der Linz indes nicht gehöre, hergestellt werde.

Dazu hat es ausgeführt:

Es könne, da seine Mitglieder zum Kreis der in Köln und Umgebung wohnenden Biertrinker gehöre, aus eigener Sachkunde und Lebenserfahrung feststellen, daß jedenfalls Orte, die nicht zum Gebiet der sog. Kölsch-Konvention (vgl. dazu BGH GRUR 1970, 517 = WRP 1970, 859 - Kölsch-Bier -) gehörten, von einem nicht unerheblichen Teil der in der Stadt Köln und in der näheren Umgebung ansässigen Verbraucher nicht zum Herstellungsgebiet von unter der Bezeichnung "Kölsch" vertriebenem Bier gerechnet würden. Dies gelte besonders für einen Ort wie Linz, der nicht zum Regierungsbezirk Köln und nicht einmal zum Land NRW gehöre. Somit dürfe die Beklagte obergäriges Bier nicht unter der Bezeichnung "Kölsch" vertreiben, so daß auch die Verwendung des angegriffenen Etiketts irreführe, da sie den Eindruck eines Kölsch-Bier-Angebots erwecke.

In Köln und Umgebung werde nämlich helles obergäriges Bier, insbesondere sofern es sich - wie in der Regel - um 0,2-Liter-Portionen handele, durchweg in hohen, schlanken, zylinderförmigen Gläsern nach Art des auf dem angegriffenen Etikett abgebildeten Glases ausgeschenkt. Diese sog. Kölsch-

Stange, deren Maße bei den einzelnen Kölsch-Gläsern nicht in allen Einzelheiten übereinstimmen mögen, die aber doch nach ihrem Gesamteindruck unverkennbar sei, sei in Köln und Umgebung mit dem Kölsch-Bier aufs Engste verbunden. Deshalb halte in Köln und Umgebung zumindest ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucher den Inhalt eines mit einem hellen Bier gefüllten schlanken, hochgezogenen, zylinderförmigen Glases, wie es auf dem angegriffenen Etikett abgebildet sei, für Kölsch-Bier.

Daran ändere nichts, daß es auch andere Getränke, insbesondere andere Biersorten, geben möge, die in ähnlichen Gläsern ausgeschenkt würden. Jedenfalls in Köln und Umgebung würden helle Biere, die nicht Kölsch-Biere seien und/oder als solche nicht bezeichnet würden, oder Getränke, die wie helles Bier aussähen, allenfalls in einem derart geringfügigen Umfang in Gläsern nach Art der "Kölsch-Stange" ausgeschenkt, daß sie für die Beantwortung der Frage, welche Vorstellung ein rechtlich beachtlicher Teil der Verbraucher mit einem Glas nach Art der "Kölsch-Stange" verbinde, das mit einer hellgelben Flüssigkeit nach Art eines hellen Bieres gefüllt sei, zu vernachlässigen seien.

Die übrige Gestaltung des Etiketts beseitige den unrichtigen Eindruck nicht. Das gefüllte Glas sei blickfangmäßig herausgestellt, und weder die Bezeichnung "Steffi" noch der Zusatz "DAS HELLE OBERGÄRIGE" wirke entlokalisierend.

Der der Klägerin somit zustehende Unterlassungsanspruch beziehe sich auf das gesamte Absatzgebiet der Beklagten, das nach deren Behauptung zu etwa 30 % in Köln, im übrigen "südlich Neuwied bis südlich zur Grenze der Bundesrepublik Deutschland, nördlich etwa Düsseldorf, westlich allenfalls bis Aachen und östlich bis zum Rande des Bergischen Landes"

liegen solle. Eine regionale Beschränkung des Unterlassungsgebots komme nicht in Betracht. Die Beklagte habe nicht dargetan, daß sich ihr Absatzgebiet von dem Absatzgebiet für Kölsch-Biere unterscheide und daß in Köln und seiner näheren Umgebung eine vom übrigen Absatzgebiet für Kölsch-Biere streng abgegrenzte abweichende Verkehrsauffassung über die Bedeutung eines mit hellem obergärrigem Bier gefüllten schlanken, hochgezogenen, zylinderförmigen Glases nach Art des auf dem angegriffenen Etikett abgebildeten Glases bestehe.

Eine Verwirkung des Anspruchs scheitere an § 3 UWG. Die Voraussetzungen, unter denen ausnahmsweise eine Verwirkung auch des aus dieser Vorschrift abgeleiteten Anspruchs in Betracht kommen könne, lägen nicht vor. Es fehle sowohl an der Schutzwürdigkeit des Besitzstandes der Beklagten als auch an der Unzumutbarkeit der Erfüllung des Unterlassungsanspruchs bei Abwägung der in Frage stehenden Interessen. Daher könne dahinstehen, ob die Beklagte überhaupt einen wertvollen Besitzstand erlangt habe und ob sie aus dem Verhalten der Klägerin in der Vergangenheit auf Duldung ihres Verhaltens habe schließen dürfen.

2. Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

Das Berufungsgericht ist aufgrund des Vortrages der Beklagten davon ausgegangen, daß diese ihr Bier mit der beanstandeten Etikettierung in dem Bereich (nord-südlich) zwischen Düsseldorf und der südlichen Grenze der Bundesrepublik Deutschland und (west-östlich) zwischen Aachen und dem Rande des Bergischen Landes vertreibe; 30 % der Vertriebsmenge entfalle auf Köln.

Seine Annahme, ein maßgeblicher Teil des Verkehrs werde getäuscht, hat das Berufungsgericht jedoch ausschließlich mit den Feststellungen begründet, daß die in Köln und seiner näheren Umgebung ansässigen Verbraucher die Braustätte der Beklagten in Linz/Rh. nicht zum Herstellungsgebiet von Kölsch-Bier zählten, daß in Köln und Umgebung die sog. Kölsch-Stange mit dem Kölsch-Bier aufs Engste verbunden sei und daß deshalb in diesem Gebiet ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucher irregeführt werde. Feststellungen darüber, ob dieser - nicht näher umgrenzte - Teil der Verbraucher auch einen erheblichen Teil der im ganzen Vertriebsgebiet der Beklagten angesprochenen Verbraucherschaft darstelle, fehlen. Soweit das Berufungsgericht solche Feststellungen deshalb für entbehrlich gehalten hat, weil die Beklagte eine von der des übrigen Absatzgebietes abweichende Verkehrsauffassung in Köln und seiner Umgebung nicht dargetan habe, sind seine Erwägungen nicht frei von Rechtsirrtum. Maßgebend und deshalb vom Tatrichter festzustellen ist die Auffassung der Verkehrskreise, an die sich die Werbung richtet. Dies sind bei einer regional begrenzten Werbung regelmäßig die Verbraucher des gesamten Bereichs der von den Werbemaßnahmen berührt wird. Für diesen Personenkreis ist der vom Berufungsgericht allein berücksichtigte Verbraucher in Köln und Umgebung nicht repräsentativ, da sich schon nach der allgemeinen Lebenserfahrung - auch ohne Darlegungen der Beklagten - die Annahme verbietet, die Abbildung eines mit hellem Bier gefüllten Stangenglases werde vom Verkehr auch in den Gebieten gleichermaßen wie in Köln und Umgebung in Verbindung zu Kölsch-Bier gebracht, in denen letzteres weniger getrunken wird und weniger bekannt ist und in denen dementsprechend die sog. Kölsch-Stange nicht - wie in Köln und Umgebung - aufs Engste mit dem Kölsch-Bier verbunden ist.

Dem stehen die Ausführungen des Bundesgerichtshofs im Kölsch-Bier-Urteil (GRUR 1970, 517, 520 = WRP 1970, 859) nicht entgegen, da es dort um die Beurteilung des Begriffs "Kölsch-Bier" als geographische Herkunftsbezeichnung ging und insoweit eine wesentliche Abweichung in den Auffassungen der Abnehmerkreise einerseits in der Stadt Köln und andererseits im übrigen - damals weitgehend auf die Umgebung Kölns beschränkten - Absatzgebiet von Kölsch-Bier nach der Lebenserfahrung nicht nahelag, sondern einer näheren Darlegung bedurfte.

Im vorliegenden Falle hätte das Berufungsgericht dagegen die Auffassung des Verkehrs im weit über Köln und seine Umgebung hinausreichenden Absatzgebiet des Biers der Beklagten nicht gänzlich unberücksichtigt lassen dürfen; es hätte sie vielmehr in seiner Beurteilung einbeziehen und zu diesem Zwecke darüber Beweis erheben müssen. Denn als Biertrinker aus Köln und Umgebung sind die Mitglieder des Berufungsgerichts so sehr von den Gewohnheiten und Denkvorstellungen des Kölner Bereichs geprägt, daß sie aufgrund ihrer eigenen Kenntnis und Erfahrung die Vorstellungen und Reaktionsweisen von weniger mit "Kölsch" und "Kölsch"-Trinkgewohnheiten vertrauten Verbrauchern anderer Regionen, die nicht unerheblich über Köln und sein Einzugsgebiet hinausreichen, nicht sicher beurteilen können.

Das Berufungsurteil kann auch nicht in eingeschränktem Umfang - mit einem auf Köln und seine Umgebung beschränkten Verbot - aufrechterhalten werden, da es an ausreichenden tatrichterlichen Feststellungen für die erforderliche Grenzziehung fehlt; im übrigen erscheint es auch angebracht, daß das Berufungsgericht die Regionen, für die es aus eigener Sachkenntnis eine Irreführungsgefahr bejahen zu können gemeint

hat, in die vorzunehmende Verkehrsbefragung einbezieht, da genaue Feststellungen hinsichtlich des Irreführungsgrades nicht nur im Hinblick auf die gebotene Gewichtung der Befragungsergebnisse aus verschiedenen Absatzgebieten und für eine möglicherweise gebotene regionale Begrenzung des Verbotes, sondern auch für die Frage der Verwirkung bedeutsam werden können.

Auch diese Frage wird das Berufungsgericht nämlich, falls die Beweiserhebung einen für einen Unterlassungsanspruch auch unter den konkret gegebenen Umständen relevanten Kreis Irreführter ergibt, erneut zu prüfen haben, da seine bisherigen Überlegungen hierzu rechtlich auch nicht ganz unbedenklich erscheinen.

Das Berufungsgericht ist dabei zwar ohne Rechtsverstoß davon ausgegangen, daß in den Fällen des § 3 UWG eine Verwirkung des Unterlassungsanspruchs im allgemeinen ausscheidet, weil das Interesse der Allgemeinheit, vor Irreführung bewahrt zu werden, grundsätzlich als vorrangig vor den Individualinteressen des Werbenden anzusehen ist (vgl. BGH GRUR 1973, 532, 533 - Millionen trinken -). Auch hat es nicht verkannt, daß gleichwohl in besonderen Ausnahmefällen aus Billigkeitsgründen eine Irreführungsgefahr hinzunehmen sein kann, nämlich u.a. dann, wenn die Belange der Allgemeinheit nicht in erheblichem Maße und ernstlich in Mitleidenschaft gezogen werden, weil nur eine geringe Irreführungsgefahr vorliegt (BGH GRUR 1966, 267, 271 - White Horse -; BGH a.a.O.; BGH GRUR 1977, 159, 161 - Ostfriesische Teegesellschaft -) oder weil es sich im Grunde genommen nur um Individualinteressen der aus §§ 3, 13 UWG klagenden Mitbewerber handelt (BGH GRUR 1957, 285, 287 = WRP 1957, 173 - Erstes Kulmbacher -).

Rechtlich bedenklich erscheint jedoch, daß das Berufungsgericht der Irreführungsgefahr ein so ausschlaggebendes Gewicht beigemessen hat, ohne ihren Umfang und die - bei gebotener Mitberücksichtigung der Art der hervorgerufenen Fehlvorstellungen und des sich danach ergebenden Gewichts derselben (BGH GRUR 1966, 445, 449 = WRP 1966, 340 - Glutamal; GRUR 1971, 313, 315 = WRP 1971, 266 - Bocksbeutelflasche -) - möglicherweise nur geringen Auswirkungen auf die wirklichen Verbraucherinteressen näher zu prüfen (vgl. BGH GRUR 1977, 159, 161 - Ostfriesische Teegesellschaft -). Auch erscheint es zweifelhaft, ob das Interesse der Beklagten an der Verwendung einer blickfangmäßig herausgestellten Bierglas-Abbildung der vorliegend angegriffenen Art so gering veranschlagt werden kann, wie das Berufungsgericht es bei der Prüfung der Zumutbarkeit eines Verzichts darauf angenommen hat. Wenn obergärige Biere nämlich generell mit Vorliebe und möglicherweise sogar mit sachlichem Grund aus schlanken, zylinderförmigen Gläsern getrunken und in solchen ausgeschenkt werden - wofür die Durchsetzung solcher Gläser im Verbreitungsgebiet des obergärigen "Kölsch"-Bieres sprechen könnte -, so kann das Interesse der Beklagten daran, ihr Bier bildlich ebenfalls in einem entsprechenden Glas vorzustellen und den Abnehmer auch schon durch die Abbildung auf den obergärigen Biertypus hinzuweisen, nicht gering veranschlagt werden. Auch dies wird bei der gebotenen Gesamtabwägung der Interessen gegebenenfalls zu berücksichtigen sein.

3. Das Berufungsurteil ist somit aufzuheben. Da die bisherigen Feststellungen des Berufungsgerichts auch eine Entscheidung im Sinne der Revision nicht erlauben, ist die

Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung - auch über die Kosten der Revision - an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

v. Gamm

Merkel

Piper

Erdmann

Teplitzky