

Gesetz: §§ 1, 3 UWG

Rechtssatz: Bezeichnet ein Fabrikant in seinem Werbesprospekt sein Produkt als "neu", so kann nicht ohne weiteres angenommen werden, daß diejenigen Kreise, an die sich die Werbung wendet, darin die Erklärung erblicken, daß es sich um eine Neuheit im patentrechtlichen Sinne handele. Es hängt vielmehr von den Umständen des Einzelfalles ab, ob die Betroffenen diese Bemerkung nicht lediglich im Sinne einer marktmäßigen Neuheit auffassen.

Stichwort: Saugrohr

Aktenzeichen: I ZR 26/57 IG München I

Urteil des BGH vom 3. Mai 1958 OLG München

I ZR 26/57

Verkündet
am 3. Mai 1958
Grunau, Justizobersekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

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

In dem Rechtsstreit

der Firma Ernst J [REDACTED], A [REDACTED]-Absauganlagen, Inhaber
Ernst J [REDACTED], Au [REDACTED], D [REDACTED] Str. [REDACTED],

Klägerin, Revisionsklägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma Hans F [REDACTED], Spezialfabrik für Textilin-
dustriebedarf, Inhaber Hans F [REDACTED], Au [REDACTED]-G [REDACTED],
G [REDACTED] L [REDACTED] Str. [REDACTED],

Beklagte, Revisionsbeklagte und Revisionsklägerin,

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

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 3. Mai 1958 unter Mitwirkung der
Bundesrichter Prof. Dr.h.c. Wilde, Dr. Birnbach, Dr. Bock,
Dr. Christoph und Dr. Weiss

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten werden die Urteile der
7. Zivilkammer des Landgerichts München I vom 19. Juni 1956
und des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom
25. Oktober 1956 insoweit aufgehoben, als sie der Beklagten
die Behauptung, ihr Inhaber sei Erstkonstrukteur von Ab-
sauganlagen in Serienfertigung, verbieten und ihr inso-
weit Auskunftspflichten auferlegen und Schadensersatzver-
pflichtungen gegenüber der Klägerin feststellen.

Insoweit wird die Sache zur anderweiten Verhandlung und
Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das
Berufungsgericht zurückverwiesen.

Die Revision der Klägerin und die weitergehende Revision
der Beklagten werden zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Parteien stehen miteinander im Wettbewerb bei der Herstellung und dem Vertrieb von Fadenbruch-Absauganlagen für Spinnereimaschinen. Außer ihnen befassen sich zur Zeit im Gebiet der Bundesrepublik nur zwei weitere Hersteller mit solchen Anlagen.

Für die Wirkung der Absaugvorrichtungen, die gebrochene Fäden ansaugen und abführen sollen, ist vor allem der Querschnitt des Saugrohres von wesentlicher Bedeutung. Ursprünglich wurden kreisförmige, später elliptische Querschnitte oder kreisförmige mit fingerförmiger Ausbuchtung verwendet. Sodann gingen beide Parteien zu einem nieren- oder tropfenförmigen Querschnitt über, den die Klägerin auch heute noch verwendet. Die Beklagte verwendet seit 1955 einen keilförmigen Querschnitt mit abgerundeten Ecken.

Seit dieser Zeit verbreitet die Beklagte eine Werbeschrift, in der unter der Überschrift "Wir entwickelten weiter" auf der Vorderseite aufeinanderfolgend mehrere bisher verwandte Saugrohrquerschnitte von der Kreisform mit und ohne fingerförmige Ausbuchtung über Ellipse, Tropfenform bis zur groß dargestellten Keilform unter Hervorhebung ihrer Vorteile abgebildet sind. Auf der Rückseite des Prospektes heißt es: "Es war ein langer Weg und ein großes Stück Entwicklungsarbeit vom gewöhnlichen Rundrohr über das Rundrohr mit Aufsatzfinger und das Tropfenformrohr zu unserem neuen Keilrohr. Das Ziel war es, ein Rohr zu konstruieren, das zwar die Vorteile des Rundrohrs, wie Vermeidung von Ablagerungen aus Schmelze und Fett im Rohrrinnern, sowie die Vorteile des Tropfenformrohres, nämlich die Möglichkeit der Putzwalzenbeibehaltung und die weitgehendste Annäherung der



Saugdüse an die Fadenablaufstellen einschließt, aber die Nachteile der obengenannten Rohre ausschaltet."

Bei der Versendung dieses Prospektes fügte die Beklagte ein besonderes Schreiben vom 9. Dezember 1955 bei, in dem es heißt:

"Auf Grund meiner langjährigen Erfahrung als Erstkonstrukteur von Absauganlagen zu Serienfertigung ist es mir gelungen, ein Rohr zu entwickeln, welches alle meine bisherigen Rohrkonstruktionen übertrifft."

Die Klägerin hält diese Werbung als vergleichende Werbung für unzulässig, außerdem für irreführend, weil dadurch der unwahre Eindruck erweckt werde, daß die Beklagte sämtliche Vorstufen und die Endform selbst entwickelt habe. Insbesondere sei das als neu bezeichnete Keilrohr schon aus der deutschen Patentschrift 186 107 seit 1907 bekannt. Ferner sei es unwahr, wenn der Inhaber der Beklagten sich als Erstkonstrukteur von Absaugevorrichtungen in Serienfertigung bezeichne.

Mit der Klage beantragt die Klägerin,

1. der Beklagten zu verbieten
 - a) die Vorderseite des Prospekts zu verbreiten,
 - b) sich als Erstkonstrukteur von Absauganlagen in Serienfertigung zu bezeichnen,
 - c) das beschriebene Keilrohr als neu zu bezeichnen,
2. die Beklagte zur Auskunft zu verurteilen, an wen sie die beanstandete Werbung versandt und welche Geschäfte sie mit den Empfängern der Werbung abgeschlossen habe,
3. die Schadensersatzpflicht der Beklagten aus Handlungen zu 1 festzustellen,
4. die Herausgabe der Prospekte an einen Gerichtsvollzieher zwecks Vernichtung anzuordnen.

Die Beklagte beantragt Klageabweisung. Sie hält ihre Werbung für zulässig, da sie nur ihre eigene Betriebsentwicklung darstelle und weil sie tatsächlich alle Vorstufen selbst hergestellt habe. Das Keilrohr habe sie unabhängig von der Patentschrift 186 107 gefunden. Es sei auch wahr, daß ihr Inhaber bei der Firma T [REDACTED] als führender Mann bei der Entwicklung der Serienfertigung von Absaugvorrichtungen tätig gewesen sei.

Das Landgericht hat den Unterlassungsansprüchen, dem Feststellungsanspruch und dem Auskunftsanspruch stattgegeben, soweit letzterer nicht auf Angabe von Einzelheiten der von der Beklagten abgeschlossenen Geschäfte gerichtet ist. Im übrigen hat es die Klage abgewiesen. Das Berufungsgericht hat auf die Berufung der Beklagten den Unterlassungs- und Feststellungsanspruch abgewiesen, der sich gegen die Behauptung richtet, das Keilrohr sei neu. Im übrigen hat es die Berufung der Beklagten zurückgewiesen.

Beide Parteien haben Revision eingelegt. Die Beklagte erstrebt völlige Klagabweisung, die Klägerin Verurteilung der Beklagten zu 1 c der Klage. Beide Parteien bitten um Zurückweisung der gegnerischen Revision.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht entnimmt der Werbung der Beklagten, daß sie nur äußerlich eine anschauliche Darstellung der eigenen Betriebsentwicklung gebe, jedoch auf den branchenkundigen Kundenkreis beider Parteien als Vergleich mit dem von der Klägerin als einziger deutscher Mitbewerberin hergestellten Tropfenformrohr wirken müsse, da diese Konstruktion als kennzeichnendes Merkmal der Anlagen der Klägerin gelte.

Diese Vergleichung sei von der Beklagten bewußt neben der Darstellung der eigenen Entwicklung beabsichtigt und erschöpfe sich nicht in einem zulässigen Vergleich der beiderseits benutzten Systeme, sondern stelle unmittelbar auf die den beteiligten Verkehrskreisen bekannte Ware der Klägerin ab. Eine solche vergleichende Werbung sei unzulässig im Sinne des § 1 UWG, da die Beklagte sich nicht mit einer vergleichenden Hervorhebung der Vorzüge ihrer Ware begnüge, sondern das Erzeugnis der Klägerin als überwundene Stufe der Entwicklung erscheinen lasse. Das sei für die eigenen Zwecke der Beklagten nicht erforderlich gewesen. Es brauche in diesem Zusammenhange nicht geprüft zu werden, ob die Beklagte die Nierenform in unzulässiger Weise entlehnt, ob die Keilform von ihrem Inhaber "entwickelt" oder einem alten Patent nachgebildet sei und ob die behaupteten Vorteile der Keilform gegenüber der Nierenform wirklich zutreffen. Die Bezeichnung des Keilrohres als "neu" sei wettbewerblich jedoch nicht zu beanstanden, auch wenn eine "Neuheit" im patentrechtlichen Sinne nicht vorliege. Es genüge, wenn ein Erzeugnis dieser Art bisher nicht auf dem Markte gewesen sei.

Die Beklagte dürfe sich weiterhin bei der Werbung nicht der Behauptung bedienen, ihr Inhaber sei der Erstkonstrukteur von Absaugevorrichtungen in Serienfertigung, sofern er diese Leistung nur als Angestellter einer fremden Firma, nicht aber als Inhaber der Beklagten erbracht habe. Denn der flüchtige Verkehr werte diese Angabe als Inanspruchnahme eines eigenen Verdienstes der Beklagten. Auch soweit die Kunden die Werbung auf die Person des Inhabers selbst beziehen sollten, dürfe die Beklagte ihre Werbung nicht auf einer Leistung aufbauen, die zu einem wesentlichen Teil das Ergebnis der Organisationsarbeit einer fremden Firma gewesen sei. Beide Werbungen verstießen gegen § 1 UWG.

II. 1. Die Revision der Beklagten wendet sich in erster Linie dagegen, daß das Berufungsgericht ihrer Werbung einen Vergleich mit der Ware der Klägerin oder zum mindesten die Aufforderung zu einem solchen Vergleich entnommen hat. Die Rüge ist unbegründet. Das Berufungsgericht erkennt nicht, daß der Prospekt der Beklagten äußerlich als Darstellung des eigenen Entwicklungsganges gehalten ist, stellt aber zutreffend darauf ab, wie diese Werbung von den beteiligten Verkehrskreisen aufgefaßt werden müsse. Wenn es in dieser Richtung aus den Begleitumständen folgert, daß der Verkehr dem Prospekt nicht nur eine Anregung zum Vergleich mit der bekannten Konstruktion der Klägerin, sondern eine beabsichtigte Kritik an ihr entnimmt, so liegt diese Annahme auf tatsächlichem Gebiet, dessen Nachprüfung der Revision entzogen ist. Die Annahme des Berufungsgerichts ist möglich und ausreichend begründet. Es ist nicht ersichtlich, daß dabei Teile des Prospektes oder des Begleitschreibens vom 9. Dezember 1955 außer Betracht geblieben sind.

Auch die rechtliche Beurteilung dieses Tatbestandes ist einwandfrei und hält sich an die vom Reichsgericht und Bundesgerichtshof entwickelten Gesichtspunkte. Ein unter Umständen zulässiger Systemvergleich scheidet schon deshalb aus, weil das Berufungsgericht unangreifbar feststellt, daß sich die Werbung der Beklagten erkennbar gegen die Ware eines bestimmten Mitbewerbers richte und diese - ohne Hervorhebung sachlicher Nachteile - als überholte und überwundene Entwicklungsstufe hinstelle.

Die Revision der Beklagten zieht zu Unrecht die Notwendigkeit eines Vergleiches zwecks Verdeutlichung des von ihr erzielten Fortschritts zur Rechtfertigung ihrer Werbung heran. Das Berufungsgericht hat zutreffend erkannt, daß es

eines solchen Vergleiches für die legitimen Zwecke der Beklagten nicht bedurfte. Die Beklagte hat zwar in ihrer Berufungsbegründung vom 23. Juli 1956 S. 7-11 eine Reihe von angeblichen Nachteilen des tropfenförmigen Querschnittes aufgeführt, die durch das von ihr eingeführte Keilrohr behoben sein sollen. In der Werbung steht von solchen überwundenen konkreten Nachteilen des tropfenförmigen Rohres nichts. Es ist nur ganz allgemein von Nachteilen "der früheren Rohrformen" die Rede. Vom tropfenförmigen Rohr sind nur seine Vorteile hervorgehoben, so daß der Leser der Werbeschrift im Unklaren darüber gelassen wird, warum die Beklagte die Tropfenform verlassen hat und an ihrer Stelle zur angeblich besseren Keilform übergegangen ist. Die Beklagte hat also selbst kein Bedürfnis gehabt, den angesprochenen Verkehrskreisen klar zu machen, welche Nachteile der Tropfenform sie mit ihrem neuen Rohr überwunden zu haben glaubt und aus welchen Gründen die Tropfenform überholt sei. Die Werbung der Beklagten beschränkt sich auf eine unbelegte Herabsetzung der tropfenförmigen Saugrohre und ist insoweit zutreffend vom Berufungsgericht als unzulässig angesehen worden.

Es ist erwogen worden, ob das von den Vorinstanzen ausgesprochene Verbot der Verbreitung der ersten Prospektseite nicht zu weit geht, da ein großer Teil dieser Seite einen einwandfreien Inhalt hat. Es besteht indessen kein Anlaß zur Einschränkung dieses Verbotes, da die Gründe der vorinstanzlichen Entscheidungen eindeutig klarstellen, daß nur die herabsetzende Kritik der Ware der Klägerin das Verbot herausfordert und rechtfertigt.

2. Anders steht es mit dem vom Berufungsgericht bestätigten Verbot, sich als Erstkonstrukteur von Absauganlagen in Serienfertigung zu bezeichnen. Die Werbung ist in

einem vom Inhaber der Beklagten persönlich unterschriebenen Schreiben in der Ichform ausgesprochen und läßt keinen Zweifel daran, daß der Inhaber der Beklagten die behauptete Erfahrung für sich persönlich in Anspruch nimmt. Die Beklagte ist im übrigen eine Einzelhandelsfirma, ihr Firmenname stellt den Namen dar, unter dem ihr Inhaber sein Geschäft betreibt. Eine personelle Unterscheidung zwischen der Beklagten und ihrem Inhaber ist deshalb nicht möglich.

Es ist der Beklagten zuzugeben, daß die beanstandete Werbung nicht schon deshalb unzulässig im Sinne des § 1 UWG sein muß, weil der Inhaber der Beklagten die Erfahrungen, deren er sich berührt, im Dienste einer anderen Firma erworben hat. Die angegriffene Werbung enthält keinen Hinweis auf die Nutzbarmachung von Betriebsgeheimnissen der Firma, deren Angestellter der Inhaber der Beklagten gewesen ist. Vielmehr wirbt der Inhaber der Beklagten nur um Vertrauen zu dem von ihm neu eingeführten Keilrohr durch den Hinweis auf seine persönlichen auf diesem Gebiet gewonnenen Erfahrungen. Das ist ihm nach ständiger Rechtsprechung nicht verschlossen (RGZ 65, 333; RG GRUR 1939, 706; RAG GRUR 1944, 46; Baumbach/Hefermehl Anm. 11 zu § 17 UWG). Auch der erkennende Senat hat gelegentlich diese Ansicht gebilligt (BGHZ 16, 172). Im übrigen kann die Verschweigung der Tatsache, daß der Inhaber der Beklagten seine Erfahrungen im Dienste einer anderen Firma erworben habe, allenfalls die Interessen dieser Firma beeinträchtigen, nicht aber die Interessen der Klägerin. Die Erfahrungen als solche werden in ihrem Werte für die Leistungen der Beklagten nicht dadurch beeinträchtigt, daß sie im Dienste einer dritten Firma erworben worden sind. Das Berufungsgericht hätte sich daher nicht mit der Unterstellung begnügen dürfen, der Inhaber der Beklagten habe diese Erfahrungen im Dienste einer fremden Firma erworben. Es hätte vielmehr die von der Klägerin

für die Unwahrheit dieser Behauptung in ihrem Schriftsatz vom 22. Mai 1956 angebotenen Beweise und den Gegenbeweis der Beklagten aus dem Schriftsatz vom 29. Mai 1956 erheben müssen. Das vom Berufungsgericht in diesem Zusammenhang gebrachte Zitat der Bundesgerichtshofsentscheidung NJW 1956, 1536 betrifft einen anders gelagerten Fall. Insoweit mußte die Revision der Beklagten Erfolg haben und zur Aufhebung der Urteile und Zurückverweisung führen.

III. Die Revision der Klägerin.

Mit der Abweisung des Auskunftsanspruches, soweit er auf Angabe der durch den Prospekt erzielten Geschäftsabschlüsse gerichtet war und mit der Abweisung der Herausgabe der Prospekte hatte sich die Klägerin bereits im zweiten Rechtszuge abgefunden. Sie wendet sich mit ihrer Revision lediglich gegen die Abweisung des Verbotes, das Keilrohr als neu zu bezeichnen.

Gerügt wird vor allem, das Berufungsgericht habe hier nicht auf den Eindruck abgestellt, den diese Werbung bei den beteiligten Verkehrskreisen erwecken müsse, sondern sei von der allgemeinen Neuheitsvorstellung ausgegangen, die vom kaufenden Publikum jeder neu auftretenden Ware entgegengebracht werde. Die Käufer der von beiden Parteien vertriebenen Vorrichtungen seien keine gewöhnlichen Käufer, sondern technisch gebildete Fabrikanten, die den Begriff "neu" im Sinne der Voraussetzungen des Patentschutzes aufzufassen gewohnt seien.

Die Rüge ist unbegründet. Die Ausführungen des Berufungsgerichts über die vergleichende Werbung ergeben eindeutig, daß es sich bei Beurteilung der Zulässigkeit der Werbung bewußt gewesen ist, daß nur die Wirkung auf die angesprochenen Verkehrskreise als maßgebend in Betracht zu ziehen sei. Wenn das Berufungsgericht aus der allgemeinen Erfahrung die Überzeugung gewinnt, das von der Beklagten als "neu" bezeichnete Produkt werde nicht als Neuheit im patentrechtlichen Sinne, sondern als marktmäßige Neuheit aufgefaßt, so ist diese Annahme tatsächlicher Art und als solche der Nachprüfung in der Revision entzogen. Sie ist durchaus möglich und ausreichend begründet, zumal da die Neuheit im Rahmen einer "Entwicklung" erwähnt wird, die bemerkenswerterweise jeden Hinweis auf eine erfinderische Leistung unterläßt, die in diesem Zusammenhang besonders nahe gelegen hätte. Eine mit dieser Beschränkung dargestellte Entwicklung läßt sich durchaus im Sinne einer technischen Erprobung auf Funktion und Herstellung verstehen und führt dann zu einem Neuheitsbegriff, der lediglich die Abweichung von den bisher üblichen und marktgängigen Formen kennzeichnet. Es ist nicht ersichtlich, daß das Berufungsgericht bei dieser Feststellung die besondere Betrachtungsweise der von der Werbung angesprochenen Verkehrskreise außer Acht gelassen hat.

Die Revision der Klägerin und die weitergehende
Revision der Beklagten waren danach als unbegründet
zurückzuweisen.

Wilde

Birnbach

Bock

Christoph

Weiss