

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

13

UWG §§ 1, 3, 13;

WeinG 1971 § 46 Abs. 3 Nr. 3 Buchst. a

EWG-VO Nr. 355/79

"Domgarten-Brand"

- a) Zum Verhältnis des § 3 UWG zu Art. 18 c, 43 VO (EWG) Nr. 355/79
- b) Wird ein im übrigen zulässig etikettierter deutscher Lagewein von britischen Importeuren auf dem englischen Markt mit einer zusätzlichen britischen Marke vertrieben, die vom englischen Verbraucher irrig (ebenfalls) als Lagebezeichnung aufgefaßt werden könnte, so verstößt die Etikettierung und die Verbringung dieses Weins durch den inländischen Hersteller weder gegen § 3 UWG noch gegen § 1 UWG in Verbindung mit § 46 Abs. 3 Nr. 3 Buchstabe a WeinG 1971 bzw. Art. 18 c, 43 VO (EWG) Nr. 355/79.
- c) Unter diesen Voraussetzungen ist die Frage der Anstiftung oder Beihilfe grundsätzlich nach dem für die Haupttat maßgeblichen Recht zu beurteilen, hier nach englischem Wettbewerbsrecht. Insoweit kann sich ein inländischer Verband von Gewerbetreibenden nicht auf § 13 UWG berufen.

BGH, Urt. v. 11. März 1982 - I ZR 39/78 - OLG Frankfurt
LG Wiesbaden

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 39/78

URTEIL

Verkündet am

11. März 1982

Mehrhof

Justizangestellte

**als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle**

in dem Rechtsstreit

Schutzverband D[REDACTED] W[REDACTED] e.V., vertreten durch
den Vorstandsvorsitzenden Rechtsanwalt Professor
R[REDACTED], O[REDACTED]-B[REDACTED]-Straße [REDACTED], M[REDACTED]

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Frhr. v. [REDACTED]

gegen

Firma Arthur H[REDACTED] GmbH, vertreten durch ihre Geschäfts-
führerin Mia B[REDACTED], W[REDACTED] Straße [REDACTED], G[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

Firma H[REDACTED] W[REDACTED] Ltd., L[REDACTED] [REDACTED], C[REDACTED]
L[REDACTED] H[REDACTED] Road, Großbritannien,

Streithelferin zu 1

Firma H[REDACTED] D[REDACTED] B[REDACTED] Company, L[REDACTED] [REDACTED],
C[REDACTED] L[REDACTED] H[REDACTED] Road, Großbritannien,

Streithelferin zu 2

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

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 30. Oktober 1981 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Erdmann und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Frankfurt am Main vom 15. Dezember 1977 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger, ein eingetragener Verein, ist eine Organisation der Deutschen Weinwirtschaft, zu deren satzungsmäßigen Aufgaben es gehört, Mißstände zu bekämpfen, die den lautereren Wettbewerb beeinträchtigen oder gefährden könnten (§ 2 der Satzung).

Die Beklagte betreibt eine Weinkellerei in G. R. Sie stellt dort unter anderem einen Rheinhessischen Qualitätswein aus der Lage "Niersteiner Gutes Domtal" her, den sie abgefüllt und etikettiert an die Streithelferinnen nach Großbritannien exportiert, die ihn dort vertreiben. Die Beklagte verwendet hierbei folgende Flaschenetikettierung:





Für die Streithelferin zu 2 ist in Großbritannien seit 1960 die Marke "Domgarten-Brand" als Warenzeichen eingetragen, die sie seit dieser Zeit auf dem britischen Markt in großem Umfang benutzt.

Seit 1972 wird in W [REDACTED] (Bereich Zell/Mosel) ein Wein unter dem in die Weinbergrolle eingetragenen Lagenamen "Winninger Domgarten" hergestellt und vertrieben. Der von der Streithelferin zu 2 gegen die Eintragung der neuen Lagebezeichnung erhobene Einspruch hatte keinen Erfolg. Die Streithelferinnen sind Versuchen, den "Winninger Domgarten" nach Großbritannien zu exportieren, unter Berufung auf ihr britisches Warenzeichen entgegengetreten.

Der Kläger hat beantragt, der Beklagten unter Androhung der in § 890 Abs. 1 ZPO vorgesehenen Ordnungsmittel zu verbieten,

Qualitätswein b.A. aus der Lage "Niersteiner Gutes Domtal" zusätzlich unter der Bezeichnung "Domgarten-Brand" im Inland abzufüllen und aus dem Inland zu verbringen.

Der Kläger ist der Auffassung, der Streitfall sei nach deutschem Wettbewerbsrecht zu beurteilen. Die Beklagte verstoße durch die Verwendung des als irreführend anzusehenden Etiketts und das Verbringen des so etikettierten Weins aus dem Inland gegen die §§ 1 und 3 UWG in Verbindung mit § 46 WeinG und Art. 18 c und 43 der VO (EWG) Nr. 355/79. Der angesprochene britische Verbraucher werde irregeführt, weil die Beklagte auf ihrem Etikett neben der

Lagebezeichnung "Niersteiner Gutes Domtal" eine weitere Lagebezeichnung, nämlich "Domgarten" verwende. Der britische Verbraucher halte die Bezeichnung "Domgarten" für einen Lagenamen, also die Bezeichnung einer bestimmten Rebfläche in einer Gemeinde, was nicht zutreffe, weil es eine Lage Domgarten nicht gebe. Diese Täuschung fördere die Streithelferin zu 2 noch dadurch, daß sie in Zeitungsanzeigen in Großbritannien nur mit der Marke "Domgarten-Brand" werbe. Darüber hinaus bestehe Verwechslungsgefahr zwischen dem so bezeichneten Wein der Beklagten und dem als Wein der Lage "Winninger Domgarten" bezeichneten. Auch der inländische Verbraucher werde getäuscht, wenn der Wein durch Reimport auf den Inlandsmarkt gelange. Die Beklagte verstoße auch gegen § 1 UWG. Durch die Verwendung der weinrechtlich unzulässigen Bezeichnung "Domgarten-Brand" verschaffe sie sich beim Export von Weinen nach Großbritannien gegenüber gesetzestreuen Mitbewerbern einen ungerechtfertigten Wettbewerbsvorsprung. Darüber hinaus setzten die Streithelferinnen im Zusammenwirken mit der Beklagten die Bezeichnung "Domgarten-Brand" zur Behinderung von Wettbewerbern auf dem britischen Markt ein.

Die Beklagte, die die Abweisung der Klage beantragt hat, vertritt die Auffassung, der Streitfall sei allein nach englischem Wettbewerbsrecht zu beurteilen, da der Wein mit dem beanstandeten Etikett ausschließlich in Großbritannien vertrieben werde. Zur Verfolgung von Verstößen gegen englisches Recht sei der Kläger nicht befugt. Selbst wenn man auf den Streitfall deutsches Recht anwende, müsse die Klage erfolglos bleiben. Ein Verstoß gegen § 3 UWG liege nicht vor, weil der englische

Verbraucher durch die Bezeichnung "Domgarten-Brand" nicht irregeführt werde; der englische Verbraucher erwarte auf dem Etikett neben dem Namen der Lage eine Marke. Die Bezeichnung "Domgarten" sei in den Augen britischer Verbraucher nicht die einer geographischen Lage, sondern ein Phantasiename. "Brand" sei in der englischen Sprache gleichbedeutend mit dem Begriff "trade mark", so daß "Domgarten-Brand" "Marke Domgarten" bedeute. Zudem bestehe in Großbritannien für die Marke "Domgarten-Brand" Verkehrsgeltung. Eine Verwechslungsgefahr mit der Lagebezeichnung "Winniger Domgarten" bestehe für britische Verbraucher nicht, weil dieser Wein in Großbritannien völlig unbekannt sei. Eine Verwechslungsgefahr auf dem Inlandsmarkt scheide aus, weil ein Reimport des mit dem beanstandeten Etikett versehenen Weines aus Kostengründen nicht in Betracht komme.

Die Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs aus dem in Großbritannien ordnungsgemäß eingetragenen und geschützten Warenzeichen "Domgarten-Brand" könne auch nicht als unzulässiger Behinderungswettbewerb angesehen werden. Jedenfalls genieße das Warenzeichen Vorrang vor der jüngeren Lagebezeichnung "Winniger Domgarten".

Die Klage war in den Vorinstanzen erfolglos. Mit der Revision verfolgt der Kläger sein Klagebegehren weiter. Die Beklagte und die Streithelferinnen beantragen die Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

I. 1. Das Berufungsgericht hat unter Berufung auf die Stahlexport-Entscheidung des Bundesgerichtshofes (BGHZ 40, 391) deutsches Recht für anwendbar gehalten. Wettbewerbliche Auswirkungen der beanstandeten Etikettierung träten zwar auch auf dem englischen Markt ein. Dorthin werde der Wein ausschließlich geliefert, und ein Reimport scheide aus wirtschaftlichen Gründen aus. Die Wettbewerbshandlung richte sich jedoch gezielt gegen die inländischen Hersteller des "Winner Domgarten", die dadurch an einem Eindringen in den britischen Markt gehindert werden sollten. Zumindest fördere die Beklagte dadurch die gegen die Hersteller des "Winner Domgarten" gerichteten Wettbewerbshandlungen der Streithelferinnen, was nach den genannten Grundsätzen zur Anwendung deutschen Rechts ausreiche.

2. Ansprüche auf Grund deutschen Rechts hat das Berufungsgericht jedoch verneint. Für die Anwendung von § 3 UWG sei entscheidend, ob der angesprochene Verkehrskreis aus der Markenbezeichnung "Domgarten-Brand" unzutreffende Schlüsse über die Herkunft des Weines ziehe. Dabei sei auf den britischen Weinkonsumenten abzustellen, da der Wettbewerb ausschließlich auf dem britischen Markt stattfinde. Dazu hat das Berufungsgericht ausgeführt, es neige dazu, die Bezeichnung "Domgarten-Brand" als irreführend anzusehen, da jedenfalls nicht ausgeschlossen werden könne, daß ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen britischen Weinkäufer dem unzutreffenden Eindruck erliege, der Wein stamme aus einer Lage "Domgarten". Von einer Klärung dieser Frage durch Einholung eines

demoskopischen Gutachtens könne jedoch abgesehen werden, da die Klage selbst dann unbegründet sei, wenn man eine Irreführungs- und Verwechslungsgefahr bejahe. Eine Abwägung des Besitzstandes der Beteiligten führe nämlich dazu, dem britischen Warenzeichen "Domgarten-Brand" gegenüber der Lagebezeichnung "Winninger Domgarten" nach dem Grundsatz der Priorität den Vorrang zu geben. Das britische Warenzeichen sei seit 1960 eingetragen und seither umfangreich benutzt worden, so daß es in Großbritannien unstreitig Verkehrsgeltung erlangt habe. Demgegenüber sei die Weinlage "Winninger Domgarten" erst 1972 durch die Schaffung neuer Weinbergs-lagen entstanden. Das Interesse der Hersteller dieses Weines an der Verwendung dieser Lagebezeichnung müsse im Streitfall dem Schutz des älteren, intensiv benutzten und in Großbritannien eingeführten Warenzeichens weichen.

II. Die Revision hat keinen Erfolg. Der Kläger kann als Verband zur Förderung gewerblicher Interessen gemäß § 13 Abs. 1 UWG Unterlassungsansprüche, von hier nicht einschlägigen Vorschriften abgesehen, nur in den Fällen der §§ 1 und 3 UWG geltend machen. Solche Ansprüche hat das Berufungsgericht im Ergebnis zu Recht verneint.

1. Der Anwendung des § 3 UWG steht im Streitfall allerdings nicht entgegen, daß die VO (EWG) Nr. 355/79 des Rates vom 5. Februar 1979 (Amtsbl Nr. L 54/79), geändert durch die VO (EWG) Nr. 1016/81 vom 9. April 1981 (Amtsbl Nr. L 103/7), in den Artikeln 18 c und 43 besondere und dem nationalen Recht vorgehende Vorschriften gegen den

Gebrauch von Bezeichnungen, insbesondere auch von Weinmarken enthält, die zur Irreführung über den geographischen Ursprung von Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete geeignet sind. Wie der Senat in dem zur Veröffentlichung bestimmten Urteil vom 30.10.81 (- I ZR 149/77 - Klosterdokter/Schloßdokter) näher ausgeführt hat, ist § 3 UWG, soweit er sich auf Angaben durch Weinbezeichnungen bezieht, zwar nur noch im Rahmen dieser Vorschriften anzuwenden, jedoch insoweit nicht unanwendbar geworden. Dies gilt insbesondere im Hinblick darauf, daß § 3 UWG einen zivilrechtlichen Unterlassungsanspruch gewährt, der durch die genannte VO selbst nicht eingeräumt, aber auch nicht, soweit im nationalen Recht gegeben, beseitigt werden sollte. Die genannten EWG-Vorschriften sind auch im Hinblick auf den hier erheblichen Gesichtspunkt der evtl. Irreführung über die Herkunft aus einer Lage (Scheinlage) materiell-rechtlich nicht enger als der Anwendungsbereich des § 3 UWG, wie ebenfalls in dem genannten Urteil des Senats im Hinblick auf die Entscheidung des EuGH vom 25. Februar 1981 in der Rechtsache 56/80 ausgeführt worden ist.

Im Streitfall sind jedoch nach den vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen die tatbestandlichen Voraussetzungen des § 3 UWG nicht gegeben. Die Vorschrift setzt voraus, daß der Handelnde irreführende Angaben im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs macht. Nach den Feststellungen beschränkt sich die Beklagte darauf, den Wein in der beanstandeten Weise zu etikettieren und nach England an die Streithelferinnen zu exportieren. Wenn die Etikettierung diesen gegenüber als **Angabe im** Sinne des § 3 UWG angesehen werden kann, dann ist sie jedenfalls nicht irreführend, weil es sich, wie unstreitig, bei der Beklagten und den Streithelferinnen um

Schwesterfirmen handelt, die wirtschaftlich unter dem maßgeblichen Einfluß ihres Namensgebers stehen und die demnach wissen, daß die Bezeichnung "Domgarten-Brand", die für die Streithelferin zu 2 als englisches Warenzeichen eingetragen ist, nicht auf eine Lage hinweist. Soweit die Streithelferinnen den Wein mit diesem Etikett in England auf den Markt bringen, stellt die Bezeichnung "Domgarten-Brand" jedenfalls keine Angabe der Beklagten gegenüber dem englischen Publikum dar. Denn der Teil des Etiketts, der diese Bezeichnung enthält, ist unübersehbar von demjenigen abgegrenzt, dessen Angaben als solche der Beklagten erscheinen und der untere Teil des Etiketts nennt als denjenigen, der die Bezeichnung "Domgarten-Brand" angibt, ausdrücklich die Firma der Streithelferin zu 2 unter deren Anschrift in L[REDACTED]. Da nach der Feststellung des Berufungsgerichts ein Reimport nach Deutschland aus Kostengründen nicht in Betracht kommt, kann die Etikettierung auch nicht als Angabe im inländischen geschäftlichen Verkehr im Sinne des § 3 UWG angesehen werden, so daß das Berufungsgericht im Ergebnis zutreffend die Anwendbarkeit des § 3 UWG verneint hat. Auf die rechtlich nicht bedenkenfreien Ausführungen des Berufungsgerichts zur Frage der Irreführung der englischen Verbraucher und zur Wirkung der Berufung auf das englische Markenrecht gegenüber einem etwa begründeten Unterlassungsanspruch aus § 3 UWG braucht danach nicht eingegangen werden.

2. Im Ergebnis zutreffend hat das Berufungsgericht auch die Anwendbarkeit des § 1 UWG verneint, auf den der klagende Verband sich nach § 13 UWG ebenfalls stützen könnte. Diese Vorschrift kann nach Sachlage nur eingreifen, wenn die Beklagte durch diese Etikettierung gegen rechtliche Vorschriften verstößt und dadurch einen wettbewerbs-

widrigen Vorsprung erlangt (Vorsprung durch Rechtsbruch; vgl. auch BGH GRUR 1958, 32, 33 - Haferschleim). Soweit sich der Kläger auf § 46 WeinG stützt, kann unentschieden bleiben, ob diese Vorschrift - soweit es sich um die Zulässigkeit von Kennzeichnungen für Weine handelt - durch Art. 43 der VO (EWG) Nr. 355/79 des Rates vom 5. Februar 1979 (geändert durch VO (EWG) Nr. 1016/81 vom 9. April 1981) ersetzt worden ist (vgl. BGHSt 27, 181, 182 = NJW 1977, 1600 und Hieronimi, Die Weinwirtschaft 1977, S. 1195, 1196; GRUR 1979, S. 79, 83; offengelassen in BGH GRUR 1980, S. 173, 174 - Fürstenthaler). Gleichwohl kann der Kläger mit dem Unterlassungsanspruch nicht durchdringen, weil auch bei Unterstellung, daß die Marke "Domgarten-Brand" geeignet ist, fälschlich den Eindruck einer geographischen Herkunftsangabe zu erwecken (§ 46 Abs. 3 Nr. 3 Buchst. a WeinG) nach den Berufungsgericht getroffenen Feststellungen die Beklagte dadurch keinen wettbewerbswidrigen Vorsprung erlangt. Denn die - unterstellte - Irreführungseignung könnte wettbewerblich unzulässige Auswirkungen, wie bereits erörtert, erst auf dem englischen Markt entfalten. Dort aber steht die Beklagte nicht im Wettbewerb. § 46 WeinG wirkt danach unter den Umständen des Streitfalles lediglich als Ordnungsvorschrift ohne Auswirkung auf den Wettbewerb der Beklagten.

Nicht anders verhält es sich, soweit die Beklagte durch die Etikettierung unmittelbar gegen die Art. 18 c, Art. 1 Abs. 3 BezeichnungsVO verstoßen sollte. Dem Gesichtspunkt des wettbewerbswidrigen Vorsprungs durch Rechtsbruch steht auch insoweit entgegen, daß ein etwaiger Vorsprung durch unzulässige Etikettierung erst auf dem englischen Markt entstehen könnte, er dort aber kein Vorsprung der Beklagten wäre, weil diese nach den

Feststellungen gegenüber den etwa irregeführten Werbeadressaten nicht als Wettbewerber tätig wird. Bei dieser Sachlage kann unerörtert bleiben, ob ein Vorsprung auf einem ausländischen Markt die Anwendung des § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt des wettbewerbswidrigen Vorsprungs überhaupt rechtfertigen könnte.

3. Das Berufungsgericht hat nicht erörtert, ob die Beklagte als Gehilfin oder Anstifterin einer von den mit ihr wirtschaftlich verbundenen Streithelferinnen begangenen wettbewerbswidrigen Handlung auf Unterlassung in Anspruch genommen werden kann. Die festgestellten Tatsachen ermöglichen dem Revisionsgericht jedoch die Beurteilung. Die Frage beurteilt sich grundsätzlich nach dem Haftungsrecht des Landes, dessen Rechtsordnung auf den Täter der als unerlaubt in Betracht kommenden Handlung (hier: der Streithelferinnen) Anwendung findet (vgl. Wengler, Int. Privatrecht, RGRK zum BGB, 12. Aufl. 1981, Band V, 1. Halbband, S. 420 und 2. Halbband, S. 922 Anm. 9; Beitzke, JuS 1966, S. 139, 142; Binder, RabelsZ 1955, S. 402, 427); es sei denn, die Anstiftung oder Beihilfe dazu stelle sich ohne Rücksicht auf die Haftung des Täters bereits selbst als unerlaubte Handlung nach dem Recht des Orts dar, an dem der Anstifter oder Gehilfe gehandelt hat, was, wie dargelegt, vorliegend nicht der Fall ist.

Die Frage, ob der Vertrieb des in Rede stehenden Weines in Großbritannien durch die Streithelferinnen, wie für die Anwendung des § 13 I UWG Voraussetzung, nach deutschem Recht zu beurteilen ist, ist zu verneinen.

Wettbewerbsverstöße rechnen zu den unerlaubten Handlungen, für die nach deutschem Recht das Recht des Ortes maßgebend ist, an dem sie begangen werden. Da ein

Begehungsort nur dort angenommen werden kann, wo in einen geschützten Rechtskreis eingegriffen wird, kann unlauterer Wettbewerb in der Regel nur dort als begangen angesehen werden, wo die wettbewerbsrechtlichen Interessen der Mitbewerber aufeinanderstoßen (vgl. BGHZ 35, 329, 334 = GRUR 1962, 242, 245 - Kindersaugflaschen). Mit Recht ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, daß diese für den Begehungsort des Wettbewerbsverstoßes maßgebliche wettbewerbsrechtliche Interessenkollision grundsätzlich auf dem Markt eintritt, auf dem die Konkurrenzzeugnisse einander begegnen, im Streitfall also auf dem britischen Markt, auf dem das von den Streithelferinnen vertriebene Erzeugnis und der Wein der Lage "Winninger Domgarten" in Wettbewerb treten sollen.

Allerdings kann, wie der Senat in seinem Urteil vom 20. Dezember 1963 (BGHZ 40, 391, 397 = GRUR 1964, 316, 318 - Stahlexport) dargelegt hat, ein sich im Ausland vollziehender Wettbewerb unabhängig vom Begehungsort ausnahmsweise dann nach Inlandsrecht beurteilt werden, wenn die Wettbewerbshandlung sich speziell gegen den inländischen Mitbewerber richtet, der dadurch im Wettbewerb ungehörig behindert wird. Der dort entschiedene Fall wies die für die Frage der anzuwendenden Rechtsordnung maßgebende Besonderheit auf, daß der wettbewerbsrechtliche Tatbestand sich ausschließlich zwischen den Streitparteien abspielte und das Verhalten der Beklagten sich nach Art und Zielrichtung allein gegen die Klägerin richtete. Im vorliegenden Fall geht es dagegen nicht um eine gezielte Behinderung und zwar weder des Klägers als Verband noch der Hersteller und Exporteure des "Winninger Domgarten", wie sich schon daraus ergibt, daß deren Lage-

bezeichnung erst 1972 in die Weinbergsrolle eingetragen worden ist, während die beanstandete Bezeichnung "Domgarten-Brand" seit 1960 in Großbritannien als Warenzeichen eingetragen ist und seither auf dem britischen Markt in großem Umfang benutzt wird. Soweit Belange der Allgemeinheit in Frage stehen, geht es um die Vermeidung einer Irreführung der britischen Konsumenten auf dem britischen Markt. Berührt aber eine Wettbewerbsmaßnahme in erster Linie das Interesse der Allgemeinheit auf dem ausländischen Markt, so ist das ausländische Recht maßgebend (vgl. BGH GRUR 1968, 587, 589 - Bierexport).

4. Die Anwendung deutschen Rechts kann im Streitfall auch nicht aus der VO über die Rechtsanwendung bei Schädigungen deutscher Staatsangehöriger außerhalb des Reichsgebiets vom 7. Dezember 1942 (RGBl I S. 706) hergeleitet werden. Diese VO bestimmt in § 1 Abs. 1, daß für außervertragliche Schadensersatzansprüche wegen einer Handlung oder Unterlassung, die ein deutscher Staatsangehöriger außerhalb des Reichsgebietes begangen hat, deutsches Recht gilt, soweit ein deutscher Staatsangehöriger geschädigt worden ist. Nach § 1 Abs. 2 ist dieser Grundsatz auch anzuwenden auf juristische Personen, die im Reichsgebiet ihren Sitz haben. Der Bundesgerichtshof hat anläßlich einer Seerechtsstreitigkeit entschieden, daß diese VO geltendes Recht ist (BGHZ 34, 222 f), jedoch darauf hingewiesen, daß unter Umständen eine einschränkende Auslegung für bestimmte Fälle geboten sein kann (aaO S. 226). Der I b - Senat des Bundesgerichtshofes hat in seinem Urteil vom 20. Dezember 1963 (BGHZ 40, 391, 398 - Stahl-export) darauf hingewiesen, daß für den Bereich des Wettbewerbsrechts erhebliche Bedenken gegen eine uneingeschränkte Anwendung dieser VO bestehen, insbesondere dagegen, die VO auch auf den bei Wettbewerbsstreitigkeiten im Vordergrund

stehenden Unterlassungsanspruch anzuwenden, für den sie keine ausdrückliche Regelung enthält. Die Frage, ob die VO auf wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche schlechthin unanwendbar ist (Bedenken bei Beitzke, JuS 1966, 139, 145), braucht im Streitfall nicht entschieden zu werden. Die gebotene enge Auslegung rechtfertigt jedenfalls nicht die Erstreckung der VO auf Unterlassungsklagen gem. § 13 Abs. 1 klagebefugter Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen.

III. Die Revision des Klägers war danach mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

v. Gamm

Merkel

Piper

Erdmann

Teplitzky