

I ZR 41/55

2477 074

2.1/7

Verkündet am 23. November 1956
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

des Sch[REDACTED] d. Sp[REDACTED]-I[REDACTED] e.V., vertreten
durch seinen Vorstand, W[REDACTED], K[REDACTED]-F[REDACTED]-R[REDACTED],
Klägers und Revisionsklägers,

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

g e g e n

1. die Kornbrennerei Friedrich N[REDACTED], Kommanditge-
sellschaft, St[REDACTED] in We[REDACTED],
2. deren persönlich haftenden Gesellschafter, den Kaufmann
Heinrich N[REDACTED], St[REDACTED] in We[REDACTED],

Beklagten und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 23. November 1956 unter Mitwirkung
der Bundesrichter Dr. h. c. Wilde, Dr. Krüger-Nieland,
Dr. Nastelski, Dr. Christoph und Dr. Spreng
für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil
des 5. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandes-
gerichts zu Hamburg vom 19. Januar 1955 aufge-
hoben. Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung
und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision,
an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der klagende Verein ist ein freiwilliger Zusammenschluß von Firmen der Spirituosen-Industrie mit der Aufgabe, gemeinschaftliche Interessen wahrzunehmen.

Die Beklagte zu 1, deren persönlich haftender Gesellschafter der Beklagte zu 2 ist, gehört zu den größeren Herstellern von echtem Steinhäger, die in St[REDACTED]/We[REDACTED] ihren Sitz haben. Steinhäger wird laut gesetzlicher Vorschrift unter Verwendung von Wacholderbeeren durch einen zweimaligen Brennvorgang gewonnen.

Der Kläger sieht unlauteren Wettbewerb der Beklagten darin, daß diese den Werbespruch "Es gibt nichts Besseres" verwenden und auf den Flaschenetiketten ihren Steinhäger als "best doppelt gebrannt" bezeichnen. Mit der Hervorhebung "doppelt gebrannt" werde das Publikum irregeführt, da der Anschein erweckt werde, dies sei eine Besonderheit der angepriesenen Ware, während in Wahrheit laut gesetzlicher Vorschrift auch jeder andere Steinhäger doppelt gebrannt sei. Durch das Wort "doppelt" könne auch der irrige Eindruck hervorgerufen werden, es handle sich um einen Steinhäger mit stärkerem Alkoholgehalt als üblich. Das Wörtchen "best" stelle außerdem einen unzulässigen Superlativ dar.

Mit der Klage verlangt der Kläger Verurteilung der Beklagten, es zu unterlassen, in der Werbung für ihren Steinhäger die schlagwortartige Formel "Es gibt nichts Besseres" zu verwenden und ihren Steinhäger als "best doppelt gebrannt" zu bezeichnen. Ferner fordert der Kläger Verurteilung der Beklagten, auf ihren sämtlichen, ihrem Geschäftsbetrieb dienenden Gegenständen, insbesondere Flaschenetiketten, Werbeschriften u. ä. die beanstandeten Formulierungen unkenntlich zu machen oder, falls dies nicht möglich sei, diese Gegenstände zu vernichten.

- 3 -

Die Beklagten haben um Klageabweisung gebeten. Sie sind der Auffassung, daß die beanstandeten Bezeichnungen einen unlauteren Wettbewerb nicht darstellen. Durch die Worte "best doppelt gebrannt" werde nicht der Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorgerufen, da dieser Hinweis von nahezu sämtlichen Steinhäger-Herstellern seit langer Zeit gebraucht werde. Er sei auch nicht irreführend, da er der Wahrheit entspreche.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben.

Dagegen haben die Beklagten Berufung eingelegt, soweit sich ihre Verurteilung auf die Bezeichnung "best doppelt gebrannt" bezieht. Der Kläger hat Anschlußberufung eingelegt mit dem Antrage, die Beklagten zu verurteilen, es zu unterlassen, ihren Steinhäger als "doppelt gebrannt" zu bezeichnen. Zur Begründung hat er vorgeschlagen, durch diesen Antrag solle klargestellt werden, daß nicht nur die Worte "best doppelt gebrannt", sondern auch die Worte "doppelt gebrannt" für sich allein unzulässig seien.

Die Beklagten haben im Laufe des Berufungsverfahrens Widerklage erhoben mit dem Antrage auf Feststellung, daß dem Kläger ein Anspruch gegen die Beklagten auf Unterlassung der Bezeichnung "bestens doppelt gebrannt" für ihren Steinhäger nicht zustehe. Die Widerklage haben sie damit begründet, daß sie beabsichtigten, falls das Gericht die Verwendung des Wortes "best" für unzulässig halten sollte, statt dessen das Wort "bestens" zu verwenden. Der Kläger, der Abweisung der Widerklage beantragt hat, hält auch die Verwendung des Wortes "bestens" für unzulässig.

Das Berufungsgericht hat der Berufung und der Widerklage der Beklagten stattgegeben und die Anschlußberufung des Klägers zurückgewiesen.



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Mit der Revision verfolgt der Kläger seinen Antrag auf Verurteilung der Beklagten zur Nichtbenutzung der Worte "best doppelt gebrannt" und "doppelt gebrannt" sowie auf Abweisung der Widerklage der Beklagten weiter.

Die Beklagten bitten um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

Gegenstand des Streites der Parteien im Revisionsverfahren ist die Frage der Berechtigung des Gebrauchs der Bezeichnungen "best doppelt gebrannt", "doppelt gebrannt" sowie "bestens doppelt gebrannt" für den von der Beklagten zu 1 hergestellten Steinhäger. Die Befugnis des Klägers zur Geltendmachung der streitigen Unterlassungsansprüche folgt aus § 13 Abs 1 UnlWG.

Das Berufungsgericht hat im Gegensatz zum Landgericht im Gebrauch der Bezeichnung "best doppelt gebrannt" eine unrichtige Angabe, die den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen geeignet sei (§ 3 UnlWG), nicht gesehen. Dabei geht das Berufungsgericht rechtsirrtumsfrei - auch von der Revision nicht angefochten - davon aus, daß der Steinhäger der Beklagten wie jeder Steinhäger doppelt gebrannt sei, daß also diese Angabe der Beklagten objektiv richtig sei. Weiter nimmt das Berufungsgericht im Einklang mit der allgemeinen Rechtsauffassung (Baumbach-Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht 7. Aufl, UnlWG § 3 Anm 9 m Nachw) an, daß auch eine objektiv richtige Angabe unzulässig sein könne, wenn sie einen sachlich unrichtigen Eindruck hervorrufe. Es führt unter Hinweis auf RG in MuW 1939, 137 [141.] zutreffend aus, daß es von den Umständen des Einzelfalles abhängt, ob durch eine objektiv richtige Angabe ein unrichtiger Eindruck hervorgerufen werde. Ein allgemeiner Erfahrungssatz dahin, daß jeder Hinweis auf

Eigenschaften der Ware oder des Herstellungsverfahrens, die allgemein gebräuchlich oder gesetzlich vorgeschrieben seien, gegen die Gebote des lautereren Wettbewerbs verstoße, sei in der genannten Reichsgerichtsentscheidung nicht aufgestellt. Das Reichsgericht habe vielmehr lediglich die Erwägungen des Berufungsgerichts als bedenkenfrei anerkannt, mit denen dieses zur Annahme einer Irreführung des Verkehrs gelangt sei. Der betreffende Marmeladen-Hersteller hatte angegeben, seine Ware entspreche den gesetzlichen Vorschriften, es seien keine Streckungsmittel verwendet worden. Dazu hatte das Berufungsgericht festgestellt, der Verkehr verstehe diese Ankündigung dahin, daß über die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen hinaus ein besonderer Vorzug der Marmelade in der Weglassung von Streckungsmitteln liege.

Zu Unrecht meint die Revision demgegenüber, eine Werbung, in der auf Umstände hingewiesen werde, die bei allen Wettbewerbern in gleichem Maße vorhanden seien, sei in jedem Falle unzulässig, unabhängig davon, ob der Verkehr durch die betreffende Bezeichnung irregeführt werden könne. Soweit die Revision zur Begründung dieses Rechtsstandpunktes auf das Urteil des erkennenden Senats vom 15. Mai 1956 - I ZR 148/54 - (Tiefenfurter Bauernbrot = GRUR 1956, 550) Bezug nimmt, geht dieser Hinweis fehl. Ein derartiger, die Verkehrsauffassung nicht berücksichtigender Rechtsgrundsatz ist in dieser Entscheidung nicht aufgestellt. Der Senat hat darin zwar die Ansicht des Berufungsgerichts gebilligt, daß die beanstandete Werbebehauptung einer Berliner Brotfabrik, es würden nur chemisch nicht behandelte Mehle benutzt, unzulässig sei, wenn alle Wettbewerber solche Mehle benutzen, er hat dabei aber stillschweigend, weil selbstverständlich, unterstellt, daß im Publikum durch diese Werbebehauptung tatsächlich der Anschein eines besonders günstigen Angebots

hervorgerufen werde. Dies näher darzulegen, bestand für den Senat in jenem Urteil schon deshalb kein Anlaß, weil das Berufungsgericht rechtsirrtumsfrei zu dem Ergebnis gelangt war, daß nicht alle Berliner Bäcker nur chemisch nicht behandeltes Mehl verwendeten.

Andererseits kann auch der Auffassung der Revisionsbeteiligten nicht gefolgt werden, daß die Bezeichnung "doppelt gebrannt" schon deswegen keine unrichtige Angabe im Sinne des § 3 UnlWG darstellen könne, weil die Beklagten nicht nur mit den Steinhägerherstellern, sondern auch mit der gesamten Branntweinindustrie im Wettbewerb ständen und letztere den zweimaligen Brand nicht verwende, so daß gegenüber deren Erzeugnissen der Hinweis auf das zweimalige Brennverfahren nicht irreführend und daher zulässig sei. Es mag sein, daß der doppelte Brand des Steinhägers eine Besonderheit im Verhältnis zu anderen Spirituosen darstellt. Wenn aber die Beklagten lediglich auf eine besondere Eigenschaft des Steinhägers gegenüber sonstigen Spirituosen hinweisen wollten, so hätte dies eindeutig zum Ausdruck gebracht werden müssen. Solange eine solche Klarstellung in der beanstandeten Werbebezeichnung fehlt, ist diese nach dem Sprachgebrauch auch auf andere Steinhägerhersteller zu beziehen. Mehrdeutigkeiten einer Werbebehauptung muß aber nach einheitlicher Rechtsauffassung der Werbende gegen sich gelten lassen. Läßt eine Bezeichnung mehrere Deutungen zu, so muß jede mögliche Bedeutung richtig sein.

Für die Beurteilung der Frage, ob die beanstandeten Werbebezeichnungen irreführend im Sinne des § 3 UnlWG sind, kommt es also darauf an, ob sie geeignet sind, in den Kreisen, an die sich die Ankündigung richtet, den Anschein eines besonders günstigen Angebots zu erwecken. Von diesem Grundsatz ist auch das Berufungsgericht bei seiner Betrachtung ausgegangen. Es hat jedoch, worin der Revision beizutreten ist, zu der Frage der Wirkung der Ankündigung auf den Verkehr ausreichende Feststellungen nicht getroffen.

Die Annahme des Berufungsgerichts, die Bezeichnung "doppelt gebrannt" stelle keine irreführende Angabe im Sinne der genannten Vorschrift dar, beruht im wesentlichen auf dem Ergebnis seiner Erörterungen darüber, ob es bei den in Steinhagen ansässigen Herstellern von Steinhäger üblich gewesen sei, ihre Erzeugnisse als "doppelt gebrannt" zu bezeichnen. Insoweit hat das Berufungsgericht festgestellt, die Hersteller von Steinhäger hätten seit alter Zeit auf den zweimaligen Brand des Steinhägers hingewiesen, da der doppelte Brennprozeß eine Besonderheit sei, die den Steinhäger gegenüber anderen Spirituosen auszeichne und zu einer wesentlichen Verfeinerung des Alkohols führe. Dieser übliche Hinweis sei auch nach Erlass des Branntweinmonopolgesetzes vom 8. April 1922 beibehalten worden, dessen § 102 Abs 2 die bisher gebräuchliche Herstellungsart gesetzlich festgelegt habe und nur den Schutz vor Mißbrauch des Wortes Steinhäger für Erzeugnisse bezwecke, die den Qualitätsanforderungen nicht entsprächen. Erst viel später seien zwei der bedeutendsten Steinhägerhersteller von dieser Werbung abgegangen, auch hätten viele Firmen, die keine alte Tradition in der Steinhägerherstellung besessen hätten, auf diese Werbebezeichnung verzichtet. Die Beklagten ständen aber nicht allein, wenn sie an der alten Werbung festhielten. Daraus hat das Berufungsgericht dann die Folgerung gezogen, daß die Beklagten mit der Verwendung der Bezeichnung "doppelt gebrannt" nicht den Vorzug ihrer Erzeugnisse gegenüber anderen Steinhäger-Erzeugnissen vortäuschten.

Diese Erwägungen des Berufungsgerichts beanstandet die Revision mit Recht. Sie lassen eine eindeutige Feststellung darüber vermissen, daß die in Betracht kommenden Verkehrskreise (hier das Publikum), und zwar ein nicht völlig unerheblicher Teil (BGHZ 13, 244 - Cupresa), in der Werbeangabe "doppelt gebrannt" ein besonders günstiges Angebot nicht

erblicken, und sind auch im übrigen von Rechtsirrtum beeinflusst. Für die Frage der Verkehrsauffassung können entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts die Art der Werbung für Steinhäger vor 30 oder mehr Jahren sowie die gesetzlichen Bestimmungen über die Herstellung von Steinhäger nicht ins Gewicht fallen. An die frühere Werbeart wird sich vielleicht der Fachmann, jedenfalls aber nicht der hier maßgebliche Durchschnittsverbraucher erinnern. Daß § 102 Abs 2 des Branntweinmonopolges besondere Brennvoraussetzungen für Steinhäger aufgestellt hat und daß danach jeder Steinhäger doppelt gebrannt sein muß, wird außerhalb eines engen Kreises von Fachleuten kaum bekannt sein. Gleichfalls unerheblich ist es, ob der Hinweis auf das doppelte Brennverfahren von den Steinhägerherstellern selbst nicht als unzulässig empfunden wird, was das Berufungsgericht in diesem Zusammenhange ebenfalls erwähnt. Denn die Meinung des Werbenden ist für die Frage, ob ein Verstoß gegen § 3 UnlWG vorliegt, ohne Bedeutung (BGHZ 13, 244 [252]). Der Umstand, daß andere Steinhägerhersteller in ihrer Werbung ebenfalls auf den doppelten Brand hinweisen, schließt die Möglichkeit einer Irreführung des Verkehrs nicht aus.

Schon wegen dieser Rechtsfehler kann das angefochtene Urteil nicht aufrechterhalten werden. Es bedarf daher keines Eingehens auf die von der Revision in diesem Zusammenhange weiter erhobenen Verfahrensrügen aus § 286 ZPO.

Da hiernach eine weitere Sachaufklärung in der Richtung, wie das Publikum die Bezeichnung "doppelt gebrannt" auffaßt, geboten ist - der Kläger hat insoweit bereits im Schriftsatz vom 19. November 1953 Sachverständigenbeweis angeboten -, war die Sache an das Berufungsgericht zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung zurückzuverweisen. Bei Ermittlung der Verkehrsauffassung wird das Berufungsgericht mit Rücksicht auf die große Bedeutung, die die Parteien dieser Streitfrage beimessen und die sich auch aus den im Revisions-

verfahren vorgelegten neuen Begriffsbestimmungen für Spirituosen in der Fassung des Entwurfs vom 1. November 1955 ergibt (in Art 10 Ziff 4 ist bestimmt, daß es als irreführend anzusehen ist, wenn einer Spirituose als besondere Qualitätshinweise Eigenschaften zugeschrieben werden, die nach den Begriffsbestimmungen für die so bezeichnete Spirituose vorhanden sein müssen, z.B. "best doppelt gebrannter Steinhäger" oder "doppelt gebrannter Steinhäger"), die Einholung einer Auskunft eines anerkannten Meinungsforschungsinstituts in Erwägung ziehen müssen, und zwar über die Frage, ob ein nicht unbedeutlicher Teil des Publikums in der Bezeichnung "doppelt gebrannt" das Angebot einer Ware sieht, die gegenüber anderen Steinhägererzeugnissen einen besonderen Vorzug aufweist.

Kommt das Berufungsgericht in dem weiteren Verfahren wiederum zu dem Ergebnis, daß die Bezeichnung "doppelt gebrannt" keine irreführende Angabe im Sinne des § 3 UnlWG darstellt, so wird das Berufungsgericht erneut über die Zulässigkeit der weiteren Werbebezeichnungen "best doppelt gebrannt" und "bestens doppelt gebrannt" zu entscheiden haben. Dazu sei bemerkt, daß die Auffassung des Berufungsgerichts im angefochtenen Urteil, die Verwendung des Wortes "best" oder "bestens" vor den Worten "doppelt gebrannt" bringe nicht eine Alleinstellung, sondern nur die Einreihung in die höchste Güteklasse zum Ausdruck, rechtlich unbedenklich erscheint.

Es war daher zu erkennen, wie geschehen, wobei auch die Entscheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens dem Berufungsgericht vorzubehalten war.

Wilde Krüger-Nieland Nastelski
Christoph Spreng