

5/

Für das Nachschlagewerk!
Nicht für die Amtliche Sammlung!

Gesetz: UnlWG § 1

Rechtssatz: Die Werbung für den Abschluß von Verträgen
auf dereinstige Bestattung verstößt gegen § 1
UnlWG, wenn sie durch unbestellte Hausbesuche
betrieben wird.

Ab 24. 6. 1955

Aktenzeichen: I ZR 52/54

Urteil des BGH vom 8. Juli 1955

OLG Schleswig

I ZR 52/54

Verkündet
am 8. Juli 1955

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 L. [REDACTED] e.V., K. [REDACTED], H. [REDACTED] Straße [REDACTED],
Klägers und Revisionsklägers,
- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

den Kaufmann Heinrich F. [REDACTED], Erd- und Feuerbestattung,
K. [REDACTED], E. [REDACTED] Allee [REDACTED],
Beklagten und Revisionsbe-
klagten,
- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 8. Juli 1955 unter Mitwirkung
der Bundesrichter Dr. Bock, Dr. Krüger-Nieland,
Dr. Nastelski, Dr. Weiss und Dr. Nörr

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Teilurteil
des 1. Zivilsenats des Schleswig-Holsteinischen
Oberlandesgerichts in Schleswig vom 21. Januar
1954 aufgehoben.

Die Berufung des Beklagten gegen das Teilurteil
der Kammer für Handelssachen des Landgerichts in
Kiel vom 31. Oktober 1952 wird zurückgewiesen.
Jedoch erhält das Unterlassungsgebot folgende
Fassung:

Der Beklagte wird bei Meidung einer vom Gericht
für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzen-
den Geld- oder Haftstrafe verurteilt, es zu unter-
lassen, Werbung für den Abschluß von Verträgen
auf dereinstige Bestattung bei seinem Bestattungs-
institut durch Hausbesuche zu betreiben.

Die Entscheidung über die Kosten der Rechtsmittel-
züge bleibt dem Schlußurteil vorbehalten.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der Beklagte gehörte bis zum März 1952 dem Kläger, der als Landesfachverband für das Bestattungswesen im Vereinsregister eingetragen ist, als Mitglied an. Der Beklagte betreibt ein Unternehmen, das die Ausführung von Erd- und Feuerbestattungen zum Gegenstand hat. Er ist außerdem Filialleiter der "Gemeinnützigen Bestattungsgesellschaft mbH in H [REDACTED]" für den Bezirk K [REDACTED], die sich ebenfalls mit der Ausführung von Bestattungen befaßt, sowie Versicherungsagent der "Volks-Feuerbestattung, Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit", als deren Vertragsbestatter er sich bezeichnet.

Wegen der von dem Beklagten für sein Unternehmen betriebenen Werbung kam es zu Streitigkeiten zwischen den Parteien, die zunächst durch eine Vereinbarung im August 1951 beigelegt wurden. Da sich der Beklagte nach der Behauptung des Klägers nicht an diese Vereinbarung hielt, wurde er, wie nunmehr unstreitig ist, Anfang 1952 aus dem Verein des Klägers ausgeschlossen.

Der Beklagte sucht u.a. Aufträge auf dereinstige Bestattung des Vertragspartners zu erlangen. Solche Aufträge werden schriftlich erteilt. Dabei verpflichtet sich der Beklagte, die dereinstige Bestattung in einer näher bezeichneten Weise durchzuführen. Der Auftraggeber verpflichtet sich zur Zahlung eines Gesamtpreises von 250.- DM, auf den er mindestens 10 DM anzuzahlen hat. Im übrigen wird der Betrag fällig "bei Eintritt des Sterbefalles und darüber hinaus bis zu sechs Monaten". Bei Nichtdurchführung der Bestattung werden im Sterbefall 9/10 der Anzahlung abzüglich 5 DM für die Ausstellung der Urkunde über den abgeschlossenen Vertrag zurückerstattet. Dem Vertragspartner wird als Beleg eine (früher schwarze, später gelbe) Urkunde ausgehändigt. Diese sog. "Vorwerbung" läßt der Beklagte durch Vertreter ausführen, die durch Hausbesuche im Auftrag des Beklagten



gleichzeitig für den Abschluß von Sterbegeldversicherungen bei der Volks-Feuerbestattung werben.

Der Kläger ist der Ansicht, diese Vorwerbung verstoße sowohl gegen die vertraglichen Abmachungen als auch gegen § 1 UnlWG sowie gegen §§ 1, 3, 46 des Kreditwesengesetzes vom 25. September 1939 (RGBl I, 1955). Er hat aus diesem Grunde den Beklagten auf Unterlassung in Anspruch genommen. Er behauptet ferner, die Werber des Beklagten hätten bei der Werbung auch unrichtige Angaben gemacht; auch insoweit hat er Klage auf Unterlassung erhoben.

Der Beklagte hat zur Begründung seines Klageabweisungsantrages vorgetragen, er sei an die vertraglichen Abmachungen die im übrigen gegen die Verordnung der britischen Militärregierung Nr 78 verstießen, nicht gebunden, da er nicht mehr Mitglied des Klägers sei; die Vorwerbung verstoße nicht gegen die guten Sitten. Ferner hat er bestritten, daß seine Werber unwahre Behauptungen aufgestellt hätten.

Das Landgericht in Kiel hat durch Teilurteil vom 31. Oktober 1952 den Beklagten verurteilt, es zu unterlassen, Werbung für den Abschluß von Verträgen auf der einstige Bestattung bei seinem Bestattungsinstitut zu betreiben. Durch Schlußurteil vom 30. Januar 1953 hat es auch im übrigen der Klage im wesentlichen stattgegeben.

Der Beklagte hat gegen beide Urteile Berufung, der Kläger gegen das Schlußurteil Anschlußberufung eingelegt.

Das Oberlandesgericht hat die Berufungen zur gemeinschaftlichen Verhandlung und Entscheidung verbunden. Durch Teilurteil vom 21. Januar 1954 hat das Oberlandesgericht unter Änderung des Teilurteils des Landgerichts in Kiel vom 31. Oktober 1952 die Klage abgewiesen, soweit der Beklagte verurteilt ist, zu unterlassen, Werbung für den Abschluß von Verträgen auf der einstige Bestattung bei seinem Bestattungsinstitut zu betreiben.

Hiergegen wendet sich die Revision des Klägers, der die Wiederherstellung des landgerichtlichen Teilurteils vom 31. Oktober 1952 erstrebt. Der Beklagte beantragt Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

I. Durch den Vertrag auf dereinstige Bestattung soll ebenso wie durch die Sterbegeldversicherung (§ 189 Abs 1 Nr 2 VVG) Vorsorge für den Tod getroffen werden. Während aber der Bestattungsvertrag dem Interesse des Auftraggebers an der Durchführung und der Art und Weise seiner künftigen Bestattung entspringt, will der Versicherungsnehmer einer Sterbegeldversicherung seinen Hinterbliebenen die finanzielle Sorge für seine Bestattung abnehmen. Beim Bestattungsvertrag haben der Auftraggeber oder seine Hinterbliebenen einen bestimmten Geldbetrag zu zahlen, hier 250 DM, der, unabhängig vom Zeitpunkt des Eintritts des Sterbefalls, grundsätzlich die übliche Gegenleistung für die von einem bestimmten Auftragnehmer zu erbringenden Bestattungsleistungen darstellt. Bei der Sterbegeldversicherung kann die Leistung des Versicherungsnehmers, je nachdem, wann der Tod eintritt, geringer oder höher sein als die des Versicherers; der Bezugsberechtigte erhält einen bestimmten Geldbetrag ausgezahlt, er kann frei wählen, mit welchem Bestattungsunternehmen er den Vertrag abschließen will. Das Interesse des Beklagten an dem Abschluß eines Vertrages über dereinstige Bestattung liegt hauptsächlich darin, daß er sofort eine Bindung des Auftraggebers und seiner Hinterbliebenen an sein Unternehmen herbeiführt. Schließt dagegen der Beklagte als Versicherungsagent der Volks-Feuerbestattung eine Versicherung ab, so hat er nur eine gewisse wirtschaftliche Aussicht, als Vertragsunternehmer der Volks-Feuerbestattung der-

einst mit der Bestattung beauftragt zu werden.

Dieser sog. Bestattungsauftrag setzt sich in der Hauptsache aus Elementen des Dienst-, Werk- und Kaufvertrages zusammen. Ohne Rechtsirrtum geht das Berufungsgericht davon aus, daß der Bestattungsvertrag nach dem Grundsatz der Vertragsfreiheit nicht zu beanstanden ist und die vom Beklagten vorgesehenen Vertragsbestimmungen auch nicht gegen § 138 BGB verstoßen.

II. Das Berufungsgericht ist der Auffassung, daß dem Kläger aus der Vereinbarung vom August 1951 kein vertraglicher Anspruch auf Unterlassung der Vorwerbung durch den Beklagten zustehe. Die von der Revision hiergegen gerichteten Angriffe sind jedenfalls im Ergebnis unbegründet.

1) Der Beklagte hatte als Versicherungsagent der Volks-Feuerbestattung durch ein Postkartenformular die Vereinsmitglieder der Volks-Feuerbestattung darauf hingewiesen, daß bei Eintritt eines Sterbefalles sofort die Bestattungsabteilung K (d.i. sein eigenes Bestattungsunternehmen) der Volks-Feuerbestattung benachrichtigt werden müsse, da sonst den Angehörigen Unannehmlichkeiten und bedeutende Mehrkosten entstehen könnten. Diese Karte war ebenso wie die sog. schwarze Urkunde, die die beiderseitigen Leistungspflichten des Bestattungsvertrages enthält, vom Kläger, dessen Vereinsmitglied der Beklagte damals war, beanstandet worden.

Auf Grund des vom Beklagten am 9. August 1951 bestätigten "Vergleichs" vom 3. August 1951 wurden die Mitglieder von Sterbekassen und von Versicherungen durch eine gemeinsame, auch von dem Beklagten unterzeichnete Anzeige der Beerdigungsunternehmer darauf hingewiesen, daß die Hinterbliebenen der Versicherungsnehmer in der Wahl des Bestattungsunternehmens frei sind und ihnen keine Unannehmlichkeiten und überhöhte Kosten entstehen, wenn sie

statt des empfohlenen Bestattungsunternehmens einen anderen Unternehmer beauftragen. Ein entsprechendes Benachrichtigungsschreiben übersandte der Beklagte an die Kartempfänger. Der Beklagte verpflichtete sich ferner, die schwarzen Urkunden nicht mehr zu benutzen und seine Werber schriftlich anzuweisen, "daß sie nicht mehr im Sinne der beanstandeten Postkarte und im Sinne der Urkunde werben dürfen". Die von ihm übernommenen Verpflichtungen teilte der Beklagte seinen Werbern mit und wies sie an, sich genau danach zu richten. In einem "Protokoll" vom 27. August 1951 stellten die Parteien u.a. fest, daß "die restlichen schwarzen Kartons betr. Vorwerbung vernichtet" wurden.

Das Berufungsgericht führt hierzu aus: Nach dem Inhalt der überreichten Urkunden habe bei den Verhandlungen der Streit über die Vorwerbung nur eine verhältnismäßig untergeordnete Rolle gespielt. Die Parteien hätten sich vor allem darüber auseinandergesetzt, daß der Beklagte bei seinen Kunden zu Unrecht den Eindruck erweckt habe, daß die Mitglieder der von ihm vertretenen Sterbekasse in jedem Falle verpflichtet seien, das Unternehmen des Beklagten mit der Bestattung zu beauftragen. Es könne zweifelhaft sein, ob durch die Vereinbarung überhaupt eine Verpflichtung des Beklagten begründet worden sei, die Vorwerbung zu unterlassen.

Die Revision ist der Auffassung, durch die vom Beklagten übernommene Verpflichtung, seinen Werbern eine weitere Werbung im Sinn der schwarzen Urkunde zu verbieten, sei das Verbot der Vorwerbung überhaupt eindeutig ausgesprochen.

Die Begründung des Berufungsgerichts erscheint insofern nicht erschöpfend, als es meint, in dem Protokoll vom 27. August 1951 sei nur "von Vernichtung der schwarzen Urkunde die Rede", während der Vermerk tatsächlich dahin

lautet, daß die restlichen schwarzen Kartons betr. Vor-
werbung vernichtet wurden. Daraus könnte an sich sowohl
der Schluß gezogen werden, daß eine Vorwerbung überhaupt
unzulässig sei, als auch der, daß nicht unter Benutzung
der schwarzen Urkunde vorgeworben werden dürfe. Für die
Auslegung im ersteren Sinn spricht vor allem die eigene
Einlassung des Beklagten in der Klagebeantwortung. Dort
führt der Beklagte selbst aus, es sei richtig, daß er
sich im August 1951 dem Kläger gegenüber verpflichtet
habe, die Vorwerbung zu unterlassen.

Da aber die Frage, ob der Beklagte in der Verein-
barung vom August 1951 eine Verpflichtung zur Unterlas-
sung der Vorwerbung übernommen habe, nicht entscheidungs-
erheblich ist, bedarf es in dieser Richtung keiner näheren
Erörterung.

2) Das angefochtene Urteil geht davon aus, daß die
Verpflichtung des Beklagten aus der Vereinbarung vom
August 1951 nur für die Dauer der Zugehörigkeit des Be-
klagten zu dem klagenden Verein habe gelten sollen. Die-
ser auf einer Beweiswürdigung beruhenden Auslegung kann
aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden. Es wider-
spricht nicht den Denkgesetzen, wenn das Berufungsgericht
die vom Beklagten hinsichtlich der Werbung übernommene
Verpflichtung an seine Mitgliedschaft zum Verein der Klä-
gerin geknüpft hat.

Das Berufungsgericht führt weiter aus, es könne da-
hingestellt bleiben, ob das Ausscheiden des Beklagten am
1. April 1952 durch sein vertragswidriges Verhalten ver-
anlaßt worden sei; wenn der Kläger den Beklagten ausge-
schlossen habe, statt ihn auf Grund der Vereinbarung in
Anspruch zu nehmen, so habe sich der Kläger damit selbst
der ihm vertraglich zustehenden Rechte begeben.

Die Revision bekämpft diese Ansicht. Sie meint, die zeitliche Beschränkung der Verpflichtung des Beklagten auf die Dauer seiner Mitgliedschaft sei eine auflösende Bedingung oder Befristung gewesen; nach §§ 162 Abs 2, 163 BGB könne sich der Beklagte auf den durch sein vertragswidriges Verhalten herbeigeführten Eintritt der Bedingung nicht berufen. Auch aus der einer allgemein anzuerkennenden Rechtsregel entspringenden Vorschrift des § 628 Abs 2 BGB müsse gefolgert werden, daß der Beklagte wegen der durch sein vertragswidriges Verhalten herbeigeführten Ausschließung Schadensersatzpflichtig geworden sei und sich daher nach § 249 BGB so behandeln lassen müsse, als wenn seine Mitgliedschaft noch fort dauere.

Die von der Revision vertretene Ansicht bedarf keiner Prüfung. Auch wenn sie zutreffen würde, wäre damit noch nicht gesagt, daß der Beklagte nun auf unbestimmte Dauer gebunden wäre. Da die von der Revision angezogenen Vorschriften einen Ausfluß des Grundsatzes von Treu und Glauben darstellen, stehen auch die Rechtsfolgen, die bei treuwidriger Herbeiführung einer auflösenden Bedingung oder bei einer durch vertragswidriges Verhalten des andern Teils ausgelösten Kündigung (hier des Ausschlusses) eintreten, unter diesem Grundsatz. Hiernach konnte aber die Bindung des Beklagten nur so lange dauern, bis er selbst durch seinen Austritt aus dem Verein seine Mitgliedschaft hätte beenden können. Nach § 3 Nr 3 der vom Kläger überreichten Satzung kann der freiwillige Austritt eines Mitglieds nur am Schluß des Geschäftsjahres erfolgen und muß bis zum 30. September erklärt werden (vgl § 39 BGB). Der Beklagte hätte daher seine Mitgliedschaft mit Wirkung vom 1. Januar 1953 beenden können. Der auf die Zukunft gerichtete Unterlassungsanspruch des Klägers kann daher auf die Vereinbarung vom August 1951 nicht gestützt werden.

III. Im Gegensatz zum Landgericht verneint das Berufungsgericht die Frage, ob die vom Beklagten geübte Vorwerbung

gegen die guten Sitten verstoße, und lehnt daher die Anwendung des § 1 UnlWG ab. Hiergegen wendet sich mit Recht die Revision.

1) Zutreffend geht das Berufungsgericht davon aus, daß dem Kläger gemäß § 13 Abs 1 Satz 1 UnlWG die Sachbefugnis zur Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs zusteht.

Zur Begründung seiner die Anwendung des § 1 UnlWG ablehnenden Ansicht führt das Berufungsgericht aus: Die Werbung für künftige Bestattungsaufträge richte sich an weiteste Bevölkerungskreise. Die Sittenwidrigkeit einer derartigen Werbung müsse daher nach dem Bewußtsein der überwiegenden Zahl der billig und gerecht Denkenden, unter Berücksichtigung des Einzelfalles, beurteilt werden. Dieses Bewußtsein sei einem steten Wandel unterworfen. Durch den Krieg und seine Folgeerscheinungen sei ein Wandel der Anschauungen über die Vorsorge für den Todesfall eingetreten. Nach allen diesen Ereignissen und im Angesicht ungeordneter außenpolitischer Verhältnisse und der nicht zu beseitigenden Gefahr neuer Kriegsstürme stehe der heutige Mensch in Deutschland anders zum Tode, als er es vor diesen Ereignissen getan habe. Er sehe den Tod ständig vor sich und könne den Gedanken an ihn nicht unterdrücken, selbst wenn er es möchte. Deshalb betrachte die überwiegende Zahl der Nächstbetroffenen die Vorsorge für den Todesfall als eine Selbstverständlichkeit. Danach sei heute die Werbung von Aufträgen für die künftige Bestattung grundsätzlich nicht sittenwidrig.

2) Demgegenüber führt die Revision aus: Der Beklagte betreibe zunächst eine Werbung um Sterbegeldversicherung; erst bei Ablehnung einer solchen Versicherung werbe er um einen Bestattungsauftrag. Wenn auch nach der Rechtsprechung des Reichsgerichts die Verbindung einer Vorwerbung mit dem Abschluß einer Sterbegeldversicherung

zulässig sei, so treffe dies doch nicht zu, wenn der Abschluß der Sterbegeldversicherung oder die Werbung um sie nur den Vorwand für einen Hausbesuch zur Vorwerbung um einen Bestattungsauftrag bilde. Aus den Ereignissen des Krieges und der Nachkriegszeit könne nicht ein Wandel der Anschauungen über die hier in Frage stehende Vorsorge für den Todesfall abgeleitet werden. Bei den von den Werbern des Beklagten besuchten Personenkreisen bestehe auch kein Bedürfnis für den Abschluß eines vorzeitigen Bestattungsauftrages. Der Beklagte lasse in erster Linie alte und kranke Leute besuchen, mit deren Ableben in absehbarer Zeit gerechnet werden müsse und die gegen eine ihnen aufgedrungene Erörterung über ihre eigene Bestattung besonders anfällig seien. Die Verbindung zwischen der Werbung für eine Sterbegeldversicherung mit einer gleichzeitigen oder anschließenden Werbung für einen vorzeitigen Bestattungsauftrag führe zu Unklarheiten und begründe die Gefahr, daß die umworbenen, im vorgeschrittenen Lebensalter stehenden Personen die Bedeutung der beiden Arten von Verträgen nicht auseinanderhalten könnten. Deshalb habe der Präsident des Bundesaufsichtsamts für das Versicherungs- und Bausparwesen durch Rundschreiben R 7/54 vom 5. Juli 1954 untersagt, daß die Werbung für Lebensversicherungsverträge bei unaufgeforderten Hausbesuchen mit Maßnahmen verbunden werden, durch die die Versicherungsnehmer veranlaßt werden sollen, einem Bestattungsunternehmen ein Recht auf Bezug der Versicherungsleistung zu erteilen. Auch eine sonstige Bindung der Versicherungsnehmer an ein Bestattungsunternehmen durch den Werber der Lebensversicherung sei durch das Rundschreiben verboten worden. Schließlich müsse auch berücksichtigt werden, daß die übrigen Bestattungsfirmen einen ungebeten Hausbesuch zum Zwecke der Vorwerbung um einen Bestattungsauftrag als unzulässig ansehen.

3) Der Beklagte hat in der Klagebeantwortung vorge-
tragen: Nach Ausschluß aus dem Verein des Klägers sei er
berechtigt gewesen, eine Vorwerbung wieder vorzunehmen.
Die Werbung sei folgendermaßen vor sich gegangen: Die
Werber hätten in erster Linie für die Sterbegeldver-
sicherung geworben. Falls es nicht zum Abschluß der
Versicherung gekommen sei - sei es, weil die Umworbenen
wegen ihres hohen Alters nicht mehr in die Versicherung
hätten aufgenommen werden können, sei es, weil sie an
einer laufenden Prämienzahlung nicht interessiert gewe-
sen seien -, habe der Werber den Abschluß eines Bestat-
tungsauftrages mit der Gemeinnützigen Bestattungsgesell-
schaft angeboten. Nur dann, wenn die Umworbenen nicht bei
einer auswärtigen Gesellschaft hätten versichert sein wol-
len und die Bestattung durch den Beklagten persönlich ge-
wünscht hätten, sei mit ihnen der Bestattungsvertrag ab-
geschlossen worden. Daß diese Werbung durch unbestellte
Hausbesuche erfolgte, ist unbestritten.

Hiernach hat der Beklagte für sich in Anspruch ge-
nommen, er sei zur Vorwerbung auch durch unbestellte Haus-
besuche berechtigt. Er hat diese Vorwerbung auch im Zusam-
menhang mit der Werbung für die Sterbegeldversicherung
durchgeführt, und zwar nicht nur für die Gemeinnützige
Bestattungsgesellschaft, sondern auch für sein eigenes
Unternehmen; denn wenn die Umworbenen sich weder ver-
sichern lassen noch der auswärtigen Bestattungsgesell-
schaft den Auftrag auf künftige Bestattung erteilen woll-
ten, mußte der Werber nunmehr auf das Unternehmen des Be-
klagten aufmerksam machen, damit die Umworbenen ihren
Wunsch, mit dem Beklagten abzuschließen, zum Ausdruck
bringen konnten.

4) Wenn § 1 UnlWG verbietet, im geschäftlichen Verkehr
zu Zwecken des Wettbewerbs Handlungen vorzunehmen, die ge-
gen die guten Sitten verstoßen, so sollen hierdurch nicht

nur die Mitbewerber vor einem unlauteren Wettbewerb geschützt, sondern auch die Allgemeinheit vor Wettbewerbsauswüchsen bewahrt werden (RGZ 128, 330 3437). Zwar läßt das Publikum in einem gewissen Umfang auch einen lästigen und unangenehmen Wettbewerb über sich ergehen; es gibt aber einen Punkt, wo derartige unerfreuliche Wettbewerbserscheinungen die Grenze des Zumutbaren überschreiten, wo das geschäftliche Interesse des Wettbewerbers sich in einer Weise über die Belange der Allgemeinheit hinwegsetzt, daß die Werbung nach den Anschauungen der Allgemeinheit als nicht mehr tragbar erscheint. Ist dieser Punkt erreicht, so liegt Sittenwidrigkeit selbst dann vor, wenn die Gewerbetreibenden des betreffenden Gewerbezweiges - wie das hier nicht der Fall ist - in ihrer Mehrheit einer solchen Werbung zuneigen und sie von ihrem Standpunkt aus nicht als anstößig empfinden. Das Wettbewerbsrecht dient der Allgemeinheit nicht nur insoweit, als sie an der Sauberkeit und Redlichkeit der Wettbewerber, die einen Teil des Volkes darstellen, im Verhältnis zueinander interessiert ist, das Wettbewerbsrecht schützt auch die Belange des Volkes im ganzen und der Kreise, an die sich die Werbung richtet, gegen eine für die Betroffenen unzumutbare Auswirkung der Werbung. Hieraus ergibt sich, daß bei der Frage, welche Anschauungen für die Beurteilung der Sittenwidrigkeit einer Wettbewerbshandlung maßgebend sind, nicht nur auf die Auffassung eines anständigen Durchschnittsgewerbetreibenden abzustellen ist, daß vielmehr überall dort, wo die Allgemeinheit oder ein Teil des Publikums als Objekt der Wettbewerbshandlung unmittelbar in seinen Belangen berührt wird, die Auffassung derer, an die sich die Wettbewerbshandlung richtet, nicht unbeachtet bleiben kann. Auch aus dem Erfordernis, daß die Handlung im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs vorgenommen sein muß, kann nicht gefolgert werden, daß für die Beurteilung der

Sittenwidrigkeit nur die Anschauungen der Durchschnittsgewerbetreibenden maßgebend sind und die Auffassung der Allgemeinheit unberücksichtigt zu bleiben hat (vgl hierzu RGZ 145, 396 [399]; 149 224 [227]; Nerreter, Allgemeine Grundlagen eines deutschen Wettbewerbsrechts, S 34 ff einerseits, Baumbach-Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 6. Aufl S 33 f, Reimer, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 3. Aufl S 501, aber auch S 873, Heintz NJW 1952, 1005, Alexander-Katz NJW 1954, 129 andererseits). Legen die Allgemeinheit und die Mitbewerber des Gewerbezweiges verschiedene Maßstäbe an, so entscheidet die strengere Auffassung. Maßgebend sind dabei jeweils die durchschnittlichen Anforderungen, die von der in Frage kommenden Personengruppe an einen lauterer Geschäftsgrundsätzen entsprechenden Wettbewerbskampf gestellt werden.

Das sittliche Bewußtsein der Allgemeinheit wendet sich gegen die Verletzung der mit dem inneren Gefühlsleben des Menschen verbundenen Empfindungen, die mit seinem eigenen Ableben verknüpft sind, mögen diese Empfindungen bei den verschiedenen Menschen auch verschieden sein. Es gab und gibt viele Menschen, die sich durchaus nicht mit dem Gedanken an ihren Tod befassen wollen. Aber auch diejenigen, die sich heute, vielleicht unter dem Eindruck der furchtbaren Ereignisse der Kriegs- und Nachkriegszeit und der Furcht vor kommenden Ereignissen, mit dem Gedanken an ihren Tod vertraut machen, lehnen es in der Regel ab, mit anderen hierüber zu sprechen, oder beschränken solche Erörterungen auf Gespräche mit ihnen besonders nahestehenden Menschen. Daß die Mehrzahl der Menschen, wie das Berufungsgericht ausführt, die Vorsorge für den Todesfall als eine Selbstverständlichkeit ansieht, mag durchaus zutreffen, ist aber nicht der Kern der hier zu entscheidenden Frage. Es handelt sich hier nicht nur um die allgemeine Vorsorge für den Todesfall

- eine volle finanzielle Sicherung läge übrigens nur vor, wenn der Auftraggeber die volle Vergütung von 250 DM und nicht nur eine Anzahlung von 10 DM leisten würde -, sondern es handelt sich um die mündliche Erörterung der einzelnen Maßnahmen zur Durchführung der künftigen Bestattung des Auftraggebers. Normalerweise wird ein Mensch es ablehnen, über die Besorgung seiner Leiche mit einem Geschäftstreibenden, der aus geschäftlichen Gründen ihn zu einem solchen Gespräch veranlassen will, zu verhandeln; wenn er aber aus Schwäche oder Höflichkeit den ungebetenen Besucher nicht abweisen kann, werden hierdurch erhebliche Unlustgefühle in ihm erweckt werden. Selbst diejenigen Menschen, die persönlich solche Gespräche nicht als peinlich und unzumutbar empfinden, werden es aber nicht billigen, daß der Beklagte mit seinen Werbungen durch Hausbesuche an andere herantritt, die durch die Art seiner Werbung abgestoßen werden. Der Beklagte hätte daher dartun müssen, daß seine Vertreter im wesentlichen nur diejenigen aufsuchen, die gegen diese Art der Werbung unempfindlich sind. In dieser Richtung hat der Beklagte nur ausgeführt, Rentner und ähnliche minderbemittelte Kreise sorgten für ihre Bestattung. Selbst wenn dies zutreffen sollte, wären hierdurch die gegen die Werbung von Haus zu Haus bestehenden Bedenken in keiner Weise ausgeräumt. Gerade alte Menschen, an die sich die Werbung des Beklagten hiernach in erster Linie richtet, empfinden es, auch wenn sie minderbemittelten Kreisen angehören, vielfach als Belästigung, wenn ein Werber aus Geschäftsgründen die Tatsache, daß mit ihrem Ableben in absehbarer Zeit zu rechnen ist, zum Anlaß nimmt, unter Hinwegsetzung über ihre Gefühle die Einzelheiten ihrer Bestattung zu erörtern. Hieran ändert auch nichts, wenn der Beklagte nach seiner Behauptung die Werbung für den Abschluß eines Bestattungsvorvertrages erst vornehmen läßt, nachdem die Werbung für den Abschluß einer Sterbegeldversicherung erfolglos geblieben ist. Aus der Bereitschaft eines Umworbenen, die Fragen des Abschlusses einer Sterbegeldversicherung zu besprechen,

kann keineswegs geschlossen werden, daß er nach Scheitern dieser Verhandlungen nunmehr die Erörterungen des Werbers über seine - des Umworbenen - künftige Bestattung nicht als anstößig empfinden würde. Selbst wenn wirklich ein Bedürfnis für den Abschluß von Verträgen über künftige Bestattung bestehen sollte, so könnte dem durch schriftliche Anzeigen Rechnung getragen werden. Wenn ein Versicherungsagent oder der Verkäufer einer Ware durch Hausbesuche wirbt und dem Umworbenen die Vorzüge seines Angebots mit beredten Worten darlegt, so mag dies hingehen; bei Bestattungsaufträgen verbietet der Gegenstand der Werbung eine solche Art der Werbung. Das Gefühl für Anstand läßt es nicht zu, jemanden zu überreden, für seine künftige Bestattung durch einen bestimmten Unternehmer zu sorgen. Ein schriftlicher Hinweis auf eine solche Möglichkeit genügt. Dem freien, durch einen Werber unbeeinflussten Entschluß des einzelnen muß es vorbehalten bleiben, den Vertrag über seine künftige Bestattung abzuschließen.

Mit den Anschauungen der Allgemeinheit steht übrigens die Auffassung des Gewerbebezweiges des Beklagten im Einklang. Jedenfalls die überwiegende Mehrzahl der im Landesfachverband [REDACTED] für das Bestattungsgewerbe zusammengeschlossenen Berufsgenossen des Beklagten lehnt die Hauswerbung ab, da sie den anständigen Gebräuchen ihres Gewerbes zuwiderläuft. Würde bei dem Beklagten diese Werbung geduldet werden, so würde sich der Beklagte dadurch, daß er sich über die Anschauungen seines Berufsstandes hinwegsetzt, einen ungerechtfertigten Vorsprung vor seinen Mitbewerbern, die aus einer lautereren Wettbewerbsgrundsätzen entsprechenden Einstellung heraus keine Hauswerbung treiben, verschaffen oder seine Mitbewerber zwingen, unter Hintanstellung ihrer Überzeugung sich gleicher Werbemethoden zu bedienen.

Der Beklagte kann sich auch nicht auf Abwehr gegen das Versicherungsgewerbe berufen. Bei sittenwidriger Wer-

bung, die sich gegen die Belange der Allgemeinheit richtet, kann eine Abwehrstellung gegenüber den Mitbewerbern keinen Rechtfertigungsgrund für eine Verletzung der Interessen der Allgemeinheit ergeben. Die im Versicherungsgewerbe - das unter staatlicher Aufsicht steht - üblichen Werbemethoden können allerdings gewisse Anhaltspunkte für die Prüfung der Frage der Sittenwidrigkeit auch der Werbung im Bestattungsgewerbe bieten. Hier kommt in erster Linie die Bestattungsversicherung als echte Sachleistungsversicherung in Frage, da auch bei dieser die Einzelheiten der Bestattung erörtert werden müssen. Der Beklagte hat sich jedoch nicht darauf berufen, daß etwa Versicherungsagenten für eine derartige Versicherung durch Hausbesuche würben. Im übrigen ist diese Versicherungsart nach 1945 in Fortfall gekommen, jedenfalls bedeutungslos geworden (Bronisch, Versicherungsvermittlung und Versicherungsaufsicht in "50 Jahre materielle Versicherungsaufsicht" Bd I S 222; Kadatz-Hebel, Die Lebensversicherung, daselbst Bd II S 5; Berzel, Die Sachleistung der Lebensversicherung, in Versicherungswirtschaft 1949, 220). Es bedarf daher keiner Untersuchung der Frage, ob nicht auch bei der Bestattungsversicherung eine Hauswerbung unzulässig wäre.

Die Werbemethoden der Sterbegeldversicherung können an sich schon deshalb nicht herangezogen werden, da hier eine Erörterung von Bestattungsfragen nicht stattfindet. Doch zeigen gerade die Maßnahmen, die die Versicherungsaufsichtsbehörden auf Grund des § 81 des Gesetzes über die Beaufsichtigung der Privatversicherungsunternehmen und Bausparkassen vom 6. Juni 1931 (RGBl I, 315) zur Beseitigung von Mißständen, welche den Geschäftsbetrieb mit den guten Sitten in Widerspruch bringen, getroffen haben, daß durch die gleichzeitige Werbung für Lebensversicherungsverträge und Bestattungsvorverträge Mißstände eingetreten waren, die beseitigt werden mußten. Durch Rundschreiben

R 7,54 vom 5. Juli 1954 (Veröffentlichungen des BAA 1954, 110), das zwar erst nach Verkündung des Berufungsurteils ergangen ist, aber für die Beurteilung der Frage der Zulässigkeit der Werbung im Versicherungswesen auch noch in der Revisionsinstanz herangezogen werden kann (vgl BGHZ 9, 101), hat das Bundesaufsichtsamt für das Versicherungs- und Bausparwesen untersagt, daß bei unaufgeforderten Hausbesuchen die Versicherungswerbung mit Maßnahmen verbunden wird, durch die die Versicherungsnehmer veranlaßt werden sollen, einem Bestattungsunternehmer ein Recht auf die Versicherungsleistung zu erteilen. Durch die Anordnung des Bundesaufsichtsamts soll verhindert werden, daß die Werbung für die Versicherung als Vorspann für die Werbung von Bestattungsaufträgen verwendet wird (Arnold, Zusammenarbeit zwischen Lebensversicherungsunternehmen und Bestattern in Veröffentlichungen des BAA 1954, 118). Das Bundesaufsichtsamt, dem nur die Aufsicht über die Versicherer, nicht über die Bestattungsunternehmer zusteht, hat in seinem Bereich die Maßnahmen getroffen, die es für erforderlich gehalten hat, um die schon früher erkannten (vgl Berliner-Fromm VAG 3. Aufl § 86 Anm 4 d, Veröffentlichungen des RAA 1934, 130, des Zonenamts des RAA 1952, 24) Mißstände, die sich aus der Verbindung von Versicherungsgeschäft und Bestattungsgeschäft ergeben, zu beseitigen. Die Anordnung läßt erkennen, daß im Versicherungswesen eine gleichzeitige Werbung für den Abschluß von Versicherungsverträgen und Bestattungsverträgen nicht geduldet wird, wenn hierdurch eine Bindung des Versicherungsnehmers an ein bestimmtes Bestattungsunternehmen angestrebt wird. Der Beklagte kann daher die für die Werbung im Versicherungswesen maßgebenden Vorschriften in keiner Weise für sich ins Feld führen. Die Werbung für Bestattungsvorverträge, ohne daß eine Verbindung mit der Werbung für Versicherungsverträge gegeben war, zu regeln, lag außerhalb des Aufgabenbereichs des Bundesaufsichtsamts.

5) Die Auffassung des Senats steht mit dem Urteil des Reichsgerichts vom 28. September 1939 (RGZ 162, 337 = GRUR 1940, 54) im Einklang. Dort hat das Reichsgericht ausgeführt, die Allgemeinheit lehne die eindringliche Werbe-
weise durch Hausbesuche besonders dann als nicht mehr zu-
mutbar ab, wenn nach dem Gegenstand der Werbung der Umwor-
bene in seinem Empfinden verletzt werde; die überwiegende
Zahl der Volksgenossen halte es für unangebracht, den Le-
benden mit der Bewerbung um den Auftrag zu seiner künftigen
Bestattung in einem nicht bestellten Hausbesuche zu behelli-
gen; daran könne auch in der Werbung nicht vorübergegangen
werden. Die beiden in der gleichen Sache ergangenen Urteile
des Reichsgerichts vom 24. März 1941 und vom 15. Juli 1943
(GRUR 1941, 242; 1943, 306) betreffen ein vom vorliegenden
Fall verschiedenes Klagebegehren und sind auf die Besonder-
heiten eines anderen Tatbestandes, wie er sich im weiteren
Prozeßverlauf ergeben hat, abgestellt. Es kann dahingestellt
bleiben, ob den vom Reichsgericht in den späteren Urteilen
aus der besonderen Lage des dortigen Falles gezogenen Schluß-
folgerungen beigetreten werden könnte.

6) Wie unter III 3 ausgeführt, hat der Beklagte nicht
nur das Recht der Vorwerbung durch Hausbesuche für sein Be-
stattungsunternehmen in Anspruch genommen, sondern eine sol-
che Vorwerbung auch durchgeführt. Damit ist die Wiederho-
lungsgefahr ohne weiteres gegeben.

Da die vom Beklagten betriebene Werbung nach § 1 UnlWG
unzulässig ist, bedarf es nicht der Prüfung, ob sich aus
§ 1 Abs 1 a des Gesetzes über das Kreditwesen vom 25. Sep-
tember 1939 (KWG, RGBI I, 1955) gegen die Werbung des Be-
klagten Bedenken ergeben.

IV. Wie sich aus der Klagebegründung und dem Streit der
Parteien während des ganzen Prozesses ergibt, betrifft das
Klagebegehren nur die Werbung des Beklagten durch Hausbe-

suche, zu denen er nicht zwecks Besprechung über einen Auftrag zur künftigen Bestattung aufgefordert ist. Bei der Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils erschien eine entsprechende Klarstellung des Urteilsausspruchs angezeigt. Die Entscheidung über die Kosten der Rechtsmittelzüge war dem Schlußurteil vorzubehalten.

Bock

Krüger-Nieland

Nastelski

Bundesrichter Dr. Weiß ist
infolge Urlaubs und Ortsab-
wesenheit an der Unter-
schriftsleistung verhindert.

Nörr

Bock