

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

37

UWG § 3

Sommerpreiswerbung

- a) Zu den Anforderungen an die Feststellung einer Erstbegehungsgefahr auf Grund einer Berühmung.
- b) Zur Frage der Irreführung des Verkehrs durch die blickfangmäßige Werbung mit "Sommerpreisen" bei Ski-Auslaufmodellen, wenn die Auslaufeigenschaft nicht in dieser Weise hervorgehoben wird.

BGH, Urt. v. 24. April 1986 - I ZR 56/84 - OLG München

LG München I

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 56/84

URTEIL

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
24. April 1986
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

der K [REDACTED] AG, gesetzlich vertreten durch die Vorstandsmitglieder Kurt A [REDACTED], Theodor Al [REDACTED], Dr. Walter B [REDACTED], Heinz-Georg G [REDACTED], Karl L [REDACTED], Uwe Lo [REDACTED] und Bernhard S [REDACTED], Th [REDACTED]-Al [REDACTED]-Straße 2, E [REDACTED] 2,

Beklagten, Revisionsklägerin und
Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

P [REDACTED] v [REDACTED] Vereinigung gegen unlauteren Wettbewerb e. V.,
gesetzlich vertreten durch den Vorstand Johannes Diether
Gr [REDACTED], B [REDACTED]straße 2, U [REDACTED] 2,

Kläger, Revisionsbeklagten und
Revisionskläger,

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

WII

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 24. April 1986 durch die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Teplitzky, Dr. Scholz-Hoppe und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 23. Februar 1984 in der Sache und im Kostenpunkt aufgehoben, soweit es zum Nachteil des Klägers (Klageantrag zu 1) ergangen ist.

Auf die Revision der Beklagten wird das vorgenannte Urteil unter Zurückweisung der Revision im übrigen (Klageantrag zu 2) aufgehoben, soweit das Berufungsgericht auf die Berufung des Klägers unter Teilabänderung des Urteils des Landgerichts München I, 4. Kammer für Handelssachen, vom 16. Dezember 1982 die Beklagte kostenpflichtig zur Unterlassung verurteilt hat (Klageantrag zu 3 in der in der Berufungsinstanz gestellten Fassung).

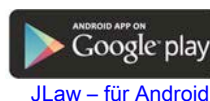
Tenor be-
richtet
durch an-
liegenden
Beschuß v.
4. August
1986

Im Umfang der Aufhebung wird der Rechtsstreit zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung - auch über die Kosten der Revisionen - an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen



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



Tatbestand

Der Kläger ist eine Vereinigung zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs. Die Beklagte betreibt Warenhäuser, unter anderem in M[REDACTED]. Mit der vorliegenden Klage wendet sich der Kläger gegen drei unterschiedliche Verhaltensweisen der Beklagten.

1. In der Woche vor Beginn des Sommerschlußverkaufs 1982 warb die Beklagte in ihren Verkaufshäusern "K[REDACTED] Ob[REDACTED]" und "K[REDACTED] a. D[REDACTED]" in M[REDACTED] in Abteilungen für schlußverkaufsfähige Waren mit allgemeinen Schlußverkaufsschildern sowie Schildern mit den Aufschriften "Die Wucht in Tüten", "Qualität und Preise sind O.K." und "Aufgepaßt - zugefaßt". Außerdem hatte sie Schilder mit Preisgegenüberstellungen angebracht, auf denen die bisher geltenden Preise rot durchgestrichen und durch niedrigere Preise ersetzt waren.

Der Kläger sieht hierin eine unzulässige Vorwegnahme des Schlußverkaufs.

2. Am 22.7.1982 veröffentlichte die Beklagte in der Süddeutschen Zeitung unter der blickfangmäßigen Überschrift "Aufgepaßt - zugefaßt" und dem Slogan "Jetzt die Sommerpreise nutzen!" folgende, verkleinert wiedergegebene, Werbeanzeige für Ski-, Bindungs- und Skistiefel-Auslaufmodelle:

Aufgepaßt Zugelal

Jetzt die Sommerpreise nutzen!



„Dynamic“ VR 17 GT
leuchtiger, sportlicher S-Ski
für den sportlich
ambitionierten Läufer
Auslaufmodell

199.-

„Dynamic“ MD 4
problemloser Leichtschwung
mit sicherem Kantengriff
Auslaufmodell

199.-

„Dynamic“ MD 6
großer Hebelungs-Mid-Ski
in Torsionskantenbauweise
mit ausgeprägter
Drehfreudigkeit
Auslaufmodell

245.-

„Erbacher Race Car“
extrem leicht und
spurensicher Rennski für
den sportlichen Läufer
Auslaufmodell

299.-

„Tyrolia“ 260
regional-Komfortbindung
mit optimaler Sicherheit
d. Racing-Stabrems
Auslaufmodell

119.-

„Kollach“ Skistiefel
Auslaufmodelle
Star, Drive RX,
Femina RX

150.-

Weitere Ski-Auslaufmodelle (z. Teil
Einzelteile) von Blizzard, Erba-
cher, Fischer und Atomic vorräg.

Sondermodelle und Auslaufmodelle
nicht in allen Größen und Längen.
vorrätig.
Abgabe solange der Vorrat reicht.

Sondermodelle
zu besonderen
Preisen

Mid-Ski-Garnitur
„Rossignol Turbo“
größer, dreifreudiger Allrou-
der mit Tyrolia 260 Diagonal
incl. Racing-Drake (Auslauf-
montage und IAS-
Einstellung

2

„Atomic-Mid“
wendiger, problemlos
zu fahrender Ski
in Vollkunststoff-
Fiberglasbauweise

Einkaufen, wo es
Freude macht



KARSTA
Sporthaus Oberpolling

Der Kläger sieht in dieser Anzeige eine unzulässige Sonderveranstaltung sowie einen Verstoß gegen § 3 UWG.

3. In Zeitungsanzeigen im Jahre 1978 und 1980 warb die Beklagte für Ski bzw. für ein Ski-Set mit Bindung, ohne auf die Auslaufeigenschaften der angebotenen Waren hinzuweisen. Gegen diese Werbungen, die als solche nicht Gegenstand des Rechtsstreits sind, ist der Verband Deutscher Sportgeschäfte e.V. (VDS) gerichtlich vorgegangen. Er hat, vertreten durch

die vorinstanzlichen Prozeßbevollmächtigten der nunmehrigen Klagepartei, jeweils einstweilige Verfügungen, gerichtet auf Unterlassung, erwirkt. Mit Schreiben vom 2. und 8.10.1981 verwies die Beklagte den VDS auf einen weiteren Rechtsstreit, der zwischen ihr und dem Verein zur Wahrung des lautereren Wettbewerbs e.V. vor dem Landgericht Düsseldorf begonnen hatte und der nach Sprungrevision vom Bundesgerichtshof an dieses Gericht zurückverwiesen worden ist. Dieser Rechtsstreit, der derzeit noch schwebt, hat ebenfalls den Vertrieb von Ski-Auslaufmodellen zum Gegenstand, die angeboten worden waren, ohne daß auf die Auslaufeigenschaft hingewiesen wurde. Die Beklagte des vorliegenden Rechtsstreits ist Beklagte des dortigen Prozesses.

Der Kläger hat beantragt:

Der Beklagten wird unter Androhung eines Ordnungsgeldes bis zu 500.000,-- DM oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, letztere zu vollziehen an ihren Vorstandsmitgliedern, verboten,

1. innerhalb einer Zeitspanne von zwei Wochen vor Beginn der Saison-Schlußverkäufe in größerem Umfang mit Sonderangeboten und/oder Preisreduzierungen bei schlußverkaufsfähiger Ware zu werben, insbesondere dadurch, daß bei mehr als 20 % der schlußverkaufsfähigen Ware in einer für schlußverkaufsfähige Artikel bestimmten Abteilung Schilder mit folgenden

Aufschriften "Die Wucht in Tüten", "Qualität und Preise sind O.K." und "Aufgepaßt - zugefaßt" und/oder Preisschilder mit Hinweisen auf den gültigen Preis, dem jeweils ein höherer durchgestrichener Preis gegenübergestellt ist, angebracht werden, und/oder

2. in der zweiten Juli-Hälfte mit den blickfangmäßig herausgestellten Werbehinweisen "Aufgepaßt - zugefaßt" und "Jetzt die Sommerpreise nutzen!" für Ski-Auslaufmodelle zu werben, insbesondere mit der in Kopie beigefügten Anzeige aus der Süddeutschen Zeitung vom 22. Juli 1982 und/oder
3. Marken-Skimodelle und/oder Markenski-bindungen, die früher in der Normalkollektion des jeweiligen Herstellers geführt wurden und jetzt von diesem nicht mehr oder nur noch als verbilligte Auslaufmodelle angeboten werden, ohne geeigneten Hinweis auf diesen Umstand anzubieten.

Die Beklagte ist dem entgegengetreten.

Das Landgericht hat den Klageantrag zu 1. als unzulässig, weil zu unbestimmt, und den Antrag zu 3. mangels Begehungsgefahr abgewiesen. Nach dem Antrag zu 2. hat es die Beklagte verurteilt.

Im Berufungsverfahren, in dem beide Parteien ihre erstinstanzlichen Begehren im Umfang des jeweiligen Unterliegens weiterverfolgt haben, hat der Kläger seinen vor dem Landgericht unter 1. gestellten Antrag wie folgt umformuliert und durch Hilfsanträge ergänzt:

Der Beklagten wird unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel verboten,

innerhalb einer Zeitspanne von 2 Wochen vor Beginn der Saison-Schlußverkäufe in größerem Umfang mit Sonderangeboten und/oder Preisreduzierungen bei schlußverkaufsfähiger Ware zu werben, nämlich dadurch, daß bei mehr als 20 % der schlußverkaufsfähigen Ware in einer für schlußverkaufsfähige Artikel bestimmten Abteilung Schilder mit folgenden Aufschriften

- "Die Wucht in Tüten"
- "Qualität und Preise sind O.K." und/oder
- "Aufgepaßt - zugefaßt"

und/oder Preisschilder mit Hinweisen auf den gültigen Preis, dem jeweils ein höherer durchgestrichener Preis gegenübergestellt ist, angebracht werden;

hilfsweise in der Fassung, daß es statt 20 % jeweils 30 % bzw. 50 % der schlußverkaufsfähigen Ware heißen soll.

Das Berufungsgericht hat die Verurteilung durch das Landgericht bestätigt und durch die weitere Verurteilung der

Beklagten nach dem vor dem Landgericht unter 3. gestellten Antrag erweitert. Die weitergehende Berufung des Klägers hat es zurückgewiesen.

Hiergegen haben beide Parteien Revision eingelegt, mit denen sie ihre im Berufungsrechtszug gestellten Anträge weiterverfolgen. Beide Parteien beantragen die Zurückweisung des Rechtsmittels des jeweiligen Gegners.

Entscheidungsgründe

A. Revision des Klägers.

I. Das Berufungsgericht hat den vom Landgericht als unzulässig abgewiesenen Klageantrag auch in seiner im Berufungsrechtszug geänderten Fassung als zu unbestimmt und damit unzulässig angesehen. Es hat dazu ausgeführt, Begriffe wie "in größerem Umfang" und "Sonderangebote" seien ungeeignet, einen Unterlassungsantrag hinreichend konkret zu fassen. Die Hinzufügung der Konkretisierung in der Berufungsinstanz in Form der Wendung "... nämlich dadurch, daß ..." ändere daran nichts, weil der Kläger trotz Hinweises des Berufungsgerichts auf die Unzulässigkeit des Antrags auch in dieser Form bei Beibehaltung der genannten unbestimmten Begriffe darauf bestanden habe, diese im Antrag zu belassen, woraus zu schließen sei, daß er in ihnen und nicht in der wohl wiederum nur beispielhaft gemeinten Konkretisierung den Kern der angegriffenen Handlung sehe.

II. Dies hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung nicht stand.

Der im Berufungsrechtszug gestellte Antrag ist i. S. des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO ausreichend bestimmt. Was der Kläger mit der darin verwendeten Formulierung "in größerem Umfang mit Sonderangeboten und/oder Preisreduzierungen bei schlußverkaufsfähiger Ware zu werben" meint, wird durch den nachfolgenden Antragsteil, beginnend mit den Worten: "... nämlich dadurch, daß ..." hinreichend konkretisiert. Der Kläger durfte deshalb den Antrag in der gewählten Form aufrechterhalten, ohne daß das Berufungsgericht aus diesem Verhalten etwas anderes folgern durfte als das Festhalten an dem im Antrag selbst ausgedrückten und vom Kläger im Gegensatz zum Berufungsgericht als zulässig erachteten Begehren.

Das Berufungsgericht hätte diesen Antrag daher auf seine Begründetheit prüfen müssen. Hierzu hat es - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - keine Feststellungen getroffen. Seine Entscheidung kann somit insoweit keinen Bestand haben.

B. Revision der Beklagten.

I. Das Berufungsgericht hat hierzu ausgeführt:

1. Das Landgericht habe hinsichtlich des beantragten Verbots, Auslaufmodelle von Ski und Skibindungen ohne geeigneten Hinweis auf die Auslaufeigenschaft anzubieten, zu Unrecht eine Erstbegehungsfahr im Verhältnis zum Kläger

verneint. Da die Beklagte ihr vermeintliches Recht, Ski-Auslaufmodelle auch ohne Hinweis anzubieten, im Düsseldorfer Prozeß ohne jede Einschränkung verteidige, und zwar mit dem ersichtlichen Ziel, nach Klärung der Streitfrage in ihrem Sinne entsprechend zu verfahren, und da sie sich gegenüber dem VDS ausdrücklich auf den Düsseldorfer Prozeß berufen habe, bestehe auch für den Kläger die ernsthafte Befürchtung, daß die Beklagte Ski-Auslaufmodelle - und gleichermaßen Auslaufbindungen - ohne deren Kennzeichnung als solche vertreiben werde.

Ein solcher Vertrieb sei irreführend und damit wettbewerbswidrig, weil der Verkehr - was die Richter des Berufungsgerichts als aktive Skiläufer selbst beurteilen könnten - Wert darauf lege, beim Kauf jeweils das aktuelle Modell aus der laufenden Kollektion des Herstellers zu erhalten. Daher sei der Handel verpflichtet, darauf hinzuweisen, wenn sein Angebot nicht dieser Erwartung entspreche, sondern ein Auslaufmodell betreffe.

2. Desgleichen sei es irreführend im Sinne des § 3 UWG, wenn die Beklagte für Auslaufmodelle blickfangmäßig mit der Wendung "Aufgepaßt - zugefaßt. Jetzt die Sommerpreise nutzen!" werbe. Denn bei der Ankündigung von Sommerpreisen gehe der Verkehr davon aus, daß es sich um jahreszeitbedingte Preisermäßigungen für Waren aus dem normalen Angebotssortiment handele, nicht aber um solche, die auch in der Wintersaison nicht wieder zu den üblichen höheren Preisen verkauft werden könnten.

II. Dies hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung nicht in allen Punkten stand.

1. a) Das Berufungsgericht hat das Rechtsschutzbedürfnis für die Klage auch insoweit bejaht, als sie sich gegen ein Verhalten der Beklagten wendet, das bereits Gegenstand der gerichtlichen Prüfung vor dem Landgericht Düsseldorf ist. Dies ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Das Rechtsschutzbedürfnis ergibt sich regelmäßig aus der Nichterfüllung des behaupteten materiell-rechtlichen Anspruchs, dessen Vorliegen für die Prüfung des Interesses an seiner gerichtlichen Durchsetzung zu unterstellen ist (BGH, Urt. v. 22.9.1972 - I ZR 19/72, GRUR 1973, 208, 209 = WRP 1973, 23 - Neues aus der Medizin; Urt. v. 9.11.1979 - I ZR 24/78, GRUR 1980, 241, 242 = WRP 1980, 253 - Rechtsschutzbedürfnis). Diese Voraussetzung ist vorliegend erfüllt. Dadurch, daß ein dem materiellen Anspruch zugrundeliegendes Verhalten bereits Gegenstand eines Rechtsstreits zwischen anderen Parteien ist, wird das Interesse des konkreten Klägers an der Durchsetzung seines eigenen Anspruchs nicht berührt. Dies folgt schon daraus, daß er weder Einfluß auf das andere Verfahren selbst noch auf die Vollstreckung eines aus dem Verfahren erwachsenden Titels nehmen kann.

b) Mit Erfolg wendet sich die Revision jedoch dagegen, daß das Berufungsgericht eine Erstbegehungsgefahr hinsichtlich des Vertriebs von Auslaufmodellen ohne deren entsprechende Kennzeichnung angenommen hat.

Zwar ist die Beurteilung der Erstbegehungsgefahr ebenso wie die einer Wiederholungsgefahr, für die der Bundesgerichtshof dies bereits wiederholt entschieden hat, im wesentlichen tatsächlicher Natur und in der Revisionsinstanz nur beschränkt, nämlich darauf nachprüfbar, ob das Berufungsgericht von richtigen rechtlichen Gesichtspunkten ausgegangen ist und keine wesentlichen Tatumstände außer acht gelassen hat (BGH, Urt. v. 2.12.1982 - I ZR 121/80, GRUR 1983, 186 = WRP 1983, 264 - Wiederholte Unterwerfung m.w.N.). Einer solchen Nachprüfung halten die getroffenen Feststellungen aber nicht stand, weil das Berufungsgericht die Umstände des vorliegenden Falles nicht umfassend gewürdigt hat.

Wie der Bundesgerichtshof bereits entschieden hat, begründet nicht jede in einem Rechtsstreit erklärte Berühmung die ernstliche Gefahr erstmaliger Begehung der als rechtmäßig bezeichneten Handlung (BGH, Urt. v. 31.5.1967 - Ib ZR 119/65, GRUR 1968, 49, 50 - Zentralschloßanlagen m.w.N.). Vielmehr kommt es auch insoweit auf die Einzelumstände des Falles an. Bei der Würdigung der "Berühmung" der Beklagten, die das Berufungsgericht in deren Prozeßverhalten in Düsseldorf und in deren Hinweis auf diesen Prozeß gegenüber dem VDS im Oktober 1981 sehen zu können meinte, hätte das Berufungsgericht daher eine Reihe besonderer Umstände des streitigen Sachverhalts nicht vernachlässigen dürfen. Wie dem vom Kläger vorgelegten Schriftwechsel in Verbindung mit dem seitherigen tatsächlichen Verhalten der Beklagten zu entnehmen ist, handelte es sich bei der so bezeichneten Berühmung der Beklagten nämlich um ein Verhalten, das ersichtlich nur der

Förderung des auch von der Beklagten zur Klärung der Rechtslage gewünschten Rechtsstreits mit Mustercharakter in Düsseldorf dienen sollte, nicht aber als Ausdruck eines ernstlichen Willens angesehen werden kann, die in Rede stehenden Werbemaßnahmen auch schon vor Abschluß des der Klärung ihrer Zulässigkeit dienenden Prozesses wirklich vorzunehmen. Dies ergibt sich insbesondere aus dem Schreiben der Beklagten vom 8.10.1981 (Anl. K 22), in dem - in situationsgerecht plausibler Weise - erklärt wird, daß die Berühmung im Düsseldorfer Prozeß erfolgte, um das "Manko" einer - als Grundlage der für die weitere materielle Grundsatzklärung erforderlichen Wiederholungsgefahr - fehlenden Verletzungshandlung auszugleichen, sowie aus dem weiteren Schreiben der Beklagten vom 24.6.1982 (Anl. K 28), dem zu entnehmen ist, daß die Beklagte aus grundsätzlichen Erwägungen eine Klärung ihrer Berechtigung durch den damals bereits fortgeschrittenen Düsseldorfer Prozeß erwartete und daß dieser Prozeß die "Maßstäbe" weiteren Verhaltens setzen sollte. Diese Erklärungen in Verbindung mit dem tatsächlichen Verhalten der Beklagten, die seit Jahren eine Werbung für Auslaufmodelle von Ski und Skibindungen ohne Hinweis auf deren Auslaufeigenschaft nicht mehr getrieben hat - wobei lediglich Größe und Auffälligkeitsgrad dieser Hinweise Gegenstand des Streits geworden sind -, bieten ausreichende Anhaltspunkte für die Annahme, daß eine tatsächliche Begehung vor Klärung im Prozeß nicht und nach Klärung nur dann droht, wenn die Rechtmäßigkeit des entsprechenden Verhaltens festgestellt wird. Damit fehlt es an der für den vorliegenden Prozeß erforderlichen Gefahr der Erstbegehung einer rechts-

widrigen Verletzungshandlung und damit an einer materiellen Voraussetzung des geltend gemachten Unterlassungsanspruchs. Dieser ist daher unbegründet, ohne daß es darauf ankommt, ob das in Frage stehende Verhalten wettbewerbswidrig ist oder nicht.

2. Ohne Erfolg wendet sich die Revision dagegen, daß das Berufungsgericht in der blickfangmäßigen Werbung mit "Aufgepaßt - zugefaßt. Jetzt die Sommerpreise nutzen!" eine Irreführung des Verkehrs gesehen hat.

Nach dem durch die vorgelegte Anzeige vermittelten Eindruck begegnet es keinen rechtlichen Bedenken, daß das Berufungsgericht auch den Begriff "Sommerpreise" als blickfangmäßig herausgestellt angesehen hat. Dieser Blickfang vermittelt nach den weiteren verfahrensfehlerfrei getroffenen Feststellungen des Berufungsgerichts den Eindruck, daß die angebotenen Artikel - als typische Winterware - besonders preisgünstig deswegen angeboten werden, weil sie sich im Sommer ohne Kaufanreize über den Preis schlecht absetzen lassen. Das Berufungsgericht hat angenommen, daß der Verkehr auf Grund dieses Eindrucks erwarte, die zum Sommerpreis angebotene Ware sei nur jahreszeitbedingt im Preis ermäßigt, nicht aber deshalb, weil sie qualitative Nachteile gegenüber dem Normalangebot des Werbenden aufweist. Auch dies ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist es nicht ausgeschlossen, daß der Tatrichter die An-

schauungen der beteiligten Verkehrskreise auf Grund seiner eigenen Sachkunde und Lebenserfahrung hinreichend zuverlässig beurteilen kann, sofern - namentlich bei Gegenständen des allgemeinen Bedarfs - die Anschauungen des unbefangenen Durchschnittskäufers zu ermitteln sind und die Richter des zur Entscheidung berufenen Kollegiums selbst diesem Personenkreis angehören (st. Rspr., vgl. zuletzt Urt. v. 17.10.1984 - I ZR 187/82, GRUR 1985, 140, 141 = WRP 1985, 72 - Größtes Teppichhaus der Welt m.w.N.). Dieser Grundsatz gilt uneingeschränkt, wie der Bundesgerichtshof (aaO.) ausgeführt hat, namentlich in den Fällen, in denen der Richter eine Irreführung bejahen zu können glaubt, da es insoweit entscheidend nur auf die Anschauungen eines nicht ganz unerheblichen Teils des Verkehrs ankommt. Daß aber für einen solchen Teil zutreffen kann, was das Berufungsgericht, dessen Mitglieder hier zum angesprochenen Verkehrskreis gehören, festgestellt hat, kann nicht als erfahrungswidrig beurteilt werden.

Das Berufungsgericht hat ferner festgestellt, daß die aufgezeigte Erwartung eines Teils des Verkehrs, zum "Sommerpreis" normale Ware aus dem laufenden Angebot des Anbieters, nicht aber eine qualitativ mindere Ware zu erhalten, im vorliegenden Fall dadurch getäuscht worden ist, daß ausschließlich Auslaufmodelle zum Sommerpreis angeboten worden sind. Auch dies begegnet keinen revisionsrechtlichen Bedenken, da das Berufungsgericht in anderem Zusammenhang seiner Entscheidung auch festgestellt hat, daß der Verkehr Auslaufmodelle als aktuellen Modellen nicht gleichwertig ansieht und daher eine Kennzeichnung derartiger Modelle als solche

erwarte, und da auch diese Feststellung aus den bereits genannten Gründen jedenfalls hinsichtlich eines nicht ganz unbeachtlichen Teils des Verkehrs nicht als erfahrungswidrig beurteilt werden kann.

Es begegnet schließlich auch keinen revisionsrechtlichen Bedenken, daß das Berufungsgericht die in der Werbung der Beklagten enthaltenen Hinweise auf die Auslaufeigenschaft der angebotenen Modelle als ungeeignet angesehen hat, die durch den Blickfang geschaffene Irreführungsgefahr zu beseitigen. Wie das Berufungsgericht anhand der vorliegenden Anzeige beanstandungsfrei festgestellt hat, ist dieser Hinweis in einer verhältnismäßig kleinen Schreibweise gehalten. Nach den in der Rechtsprechung zur Blickfangwerbung entwickelten Grundsätzen ist von dem Erfahrungssatz auszugehen, daß Werbeanmeldungen nur selten aufmerksam gelesen, vielmehr vom Durchschnittspublikum in der Regel nur oberflächlich nach ihrem Gesamteindruck, insbesondere nach dem sogenannten Blickfang, beurteilt werden, und daß unauffällig angebrachte Hinweise daher in der Regel ungeeignet sind, einen durch den Blickfang vermittelten unrichtigen Eindruck zu korrigieren (BGH, Urt. v. 10.3.1971 - I ZR 73/69, GRUR 1971, 516 = WRP 1971, 264 - Brockhaus-Enzyklopädie; Urt. v. 2.11.1973 - I ZR 111/72, GRUR 1974, 729, 731 = WRP 1974, 200 - Sweepstake; Urt. v. 10.10.1985 - I ZR 240/83, Urteilsabdr. S. 13 - Verkaufsfahrten).

C. Die Revision der Beklagten erweist sich somit hinsichtlich des Klageantrags zu 2. als unbegründet, hin-

sichtlich des Klageantrags zu 3. dagegen als begründet; sie ist demgemäß teilweise zurückzuweisen. Im übrigen ist das Berufungsurteil auf die Revisionen beider Parteien im verbleibenden Kostenpunkt und insoweit aufzuheben, als es zum Klageantrag zu 1. zum Nachteil des Klägers ergangen ist und dem Klageantrag zu 3. (in der Berufungsinstanz Antrag I, 2) stattgegeben hat. Hinsichtlich des letztgenannten Antrags ist die Berufung des Klägers gegen das klageabweisende Urteil des Landgerichts zurückzuweisen. Im Umfang der Aufhebung im übrigen ist die Sache an das Berufungsgericht zurückzuverweisen, dem auch die Entscheidung über die Kosten beider Revisionen zu übertragen ist.

Merkel

Piper

Teplitzky

Scholz-Hoppe

Mees