

066

I ZR 74/56

Verkündet
am 5. Juli 1957
Zug, Justizangestellter.
als Urkundsbeamter der
Geschäftsstelle

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

der Firma M [REDACTED]-Werk Paul M [REDACTED] & Co., S [REDACTED],
B [REDACTED]straße,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED] -

gegen

die Firma T [REDACTED]-Rasierklingenfabrik Hans F [REDACTED],
K [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

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

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs
auf die mündliche Verhandlung vom 5. Juli 1957
unter Mitwirkung der Bundesrichter Prof. Dr.h.c. Wilde,
Dr. Krüger-Nieland, Dr. Christoph, Dr. Weiß und Dr. Spreng
für Recht erkannt:

Die Revision der Beklagten gegen das Urteil des
2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Düsseldorf vom
10. April 1956 wird auf Kosten der Beklagten mit der
Maßgabe zurückgewiesen, daß das Unterlassungsgebot fol-
gende Fassung erhält:

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung einer
für jeden Fall der Zuwiderhandlung bis zu gesetzlich
zulässiger Höhe festzusetzenden Geld- oder Haftstrafe
zu unterlassen, bei der Werbung für Rasierapparate die
die folgende Wendung zu gebrauchen:

- la -

"Sensationelle Erfindung"
"Morgens rasiert, abends noch glatt"
"Verletzen der Haut unmöglich",

insbesondere wenn dies in nachfolgender Weise
geschieht:

Sensationelle Erfindung

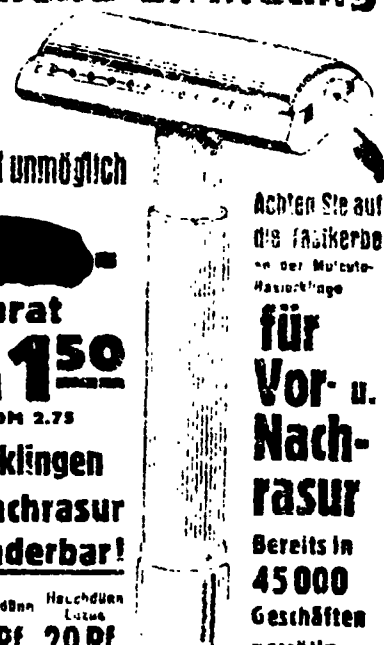
Morgens rasiert,
abends noch glatt

Verletzen der Haut unmöglich

M  **-**
Rasierapparat
komplett mit 3 Stck. **DM 1.50**
Gratisklingen **DM 2.75**
Mit Geschenkset **DM 2.75**

M  **-** **Rasierklängen**
für Vor- u. Nachrasur
rasieren wunderbar!

Dünn Sehr dünn Hausdünn Halbdünn
5 Pf. 10 Pf. 15 Pf. 20 Pf. Luxus



Achten Sie auf
die Markierbe-
we der Machete-
Rasierklängen

**für
Vor- u.
Nach-
rasur**

Bereits in
45 000
Geschäften
vorrätig

Von Rechts wegen

- 2 -

Tatbestand:

Beide Parteien stellen Rasiergeräte her. Die Beklagte hat in verschiedenen Tageszeitungen Anzeigen erscheinen lassen, die in auffällig schwarzer Balkenumrandung das Bild des von ihr hergestellten M-
-Rasierapparates in natürlicher Größe unter der fettgedruckten Überschrift "Sensationelle Erfindung" zeigen. Unter der Überschrift befindet sich, ebenfalls im Fettdruck, zum Teil mit schwarzen Balken unterstrichen, der Werbetext:

"Morgens rasiert, abends noch glatt.
Verletzen der Haut unmöglich."

Der Rasierapparat wird "komplett mit 3 Stück Gra-tisklingen" zu einem Preise von 1,50 DM angeboten. Weiterhin findet sich in der Anzeige u. a. neben dem Hinweis auf die Tastkerbe der Klinge für Vor- und Nachrasur die Erklärung: "M-Rasierklingen für Vor- und Nachrasur rasieren wunderbar", wobei die letzten beiden Worte unterstrichen sind.

Die Klägerin hat in dieser Anzeige einen Verstoß gegen §§ 1, 3 und 4 UnlWG und §§ 823, 826 BGB erblickt. Sie ist der Auffassung, die Anzeigen seien geeignet, bei den Käufern unrichtige Vorstellungen über den Wert und die Eigenschaft der angepriesenen Rasierapparate der Beklagten hervorzurufen. Sie hat beantragt,

- I. die Beklagte zu verurteilen,
 1. es bei Meidung einer gegen den persönlich haftenden Gesellschafter Paul M fest-



zusetzenden Geld- oder Haftstrafe in gesetzlich zulässiger Höhe für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu unterlassen, im Geschäftsverkehr, insbesondere in der Werbung für Rasierapparate, Redewendungen zu gebrauchen wie:

"Sensationelle Erfindung.

Morgens rasiert, abends noch glatt.

Verletzen der Haut unmöglich."

2. der Klägerin Auskunft zu erteilen, in welchem Umfange sie in der im Klageantrag zu 1 dargestellten Art geworben hat und welche Bestellungen auf Rasiergeräte sie daraufhin erhalten hat;

- II. 1. festzustellen, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der ihr durch die unzulässigen Werbemaßnahmen gemäß Klageantrag zu 1 entstanden ist oder entstehen wird,
2. die Klägerin zu ermächtigen, den erkennenden Teil des Urteils in der Größe des Inserats in Nr. 223 der "R[REDACTED] Post" auf Kosten der Beklagten binnen einer vom Gericht zu bestimmenden Frist nach Rechtskraft des Urteils zu veröffentlichen.

Die Beklagte hat beantragt, die Klage abzuweisen. Sie hat den Standpunkt vertreten, ihre Werbebehauptungen entsprächen den Tatsachen. Die Eigenschaften ihrer Rasiergeräte beruhten auf grundlegenden Erfindungen, die auch heute noch als "sensationell" zu bezeichnen seien, obwohl der Patentschutz teilweise abgelaufen sei.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Nach Einlegung der Berufung durch die Beklagte hat auch die Klägerin Anschlußberufung eingelegt mit dem Antrage, das erst-

instanzliche Urteil zu I, 1 durch folgenden Zusatz zu ergänzen: "insbesondere, wenn das in der Form geschieht, wie aus dem in Bl. 1 der Klageschrift eingeklebten Inserat ersichtlich ist." Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Beklagten zurückgewiesen und die Beklagte auch auf die Anschlußberufung der Klägerin hin verurteilt. Eine in der Berufungsinstanz erhobene Widerklage hat das Berufungsgericht als unzulässig abgewiesen. Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter, während die Klägerin um Zurückweisung der Revision bittet.

Entscheidungsgründe:

I. 1. Das Berufungsgericht hat in der Anzeige der Beklagten einen Verstoß gegen § 3 UWG erblickt. Es ist davon ausgegangen, der Selbststrasierer werde aus der Ankündigung einer "sensationellen Erfindung" zwar nicht entnehmen, der Rasierapparat als solcher beruhe auf dieser Erfindung. Vielmehr werde er annehmen, daß sich die Erfindung nur auf einen Teil des Rasierapparats beziehe. Indessen habe die Beklagte diesen Teil in ihrer Werbung nicht angegeben. Werde aber der Verkehr über die Bedeutung der Erfindung im Dunkeln gelassen, so enthalte die Werbung einen Verstoß gegen § 3 UWG, wenn die unbestimmte Vorstellung der beteiligten Verkehrskreise mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht in Übereinstimmung stehe (RGZ 84, 195; 108, 129). Da die Beklagte die Erfindung durch die gewählte Überschrift besonders stark herausgestellt habe, müsse der Leser jedenfalls annehmen, daß

es sich um eine überragende, aufsehenerregende Erfindung handle, deren Erfindungsgedanke sich auf die praktische Brauchbarkeit des Rasierapparates in dem in dem Werbetext angekündigten Sinne besonders auswirke. Auch werde er glauben, die angepriesenen Eigenschaften des Rasierapparates beruhten auf Erfindungen neueren Datums. Der Verkehr werde nur das als aufsehenerregend ansehen, was tatsächlich im Augenblick der Ankündigung oder jedenfalls in einem nicht weit zurückliegenden Zeitpunkt Aufsehen erzeuge oder erregt habe, ohne in Rechnung zu stellen, wie die Lage in früheren Zeiten gewesen sei.

2. Dieser Ausgangspunkt des Berufungsgerichts ist jedenfalls in seinen entscheidungserheblichen Teilen nicht zu beanstanden.

Bei der Beurteilung der Frage, ob eine Werbung unrichtige Angaben über die Beschaffenheit einer Ware macht, die geeignet sind, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen (§ 3 UWG), kommt es nach ständiger höchstrichterlicher Rechtssprechung allein darauf an, in welchem Sinne die Kreise, an die die Ankündigung sich richtet, die gemachten Angaben verstehen. Dabei genügt es, daß ein nicht völlig unerheblicher Teil der Verkehrskreise einem Irrtum ausgesetzt wird. In Betracht kommen im vorliegenden Fall nach der zutreffenden Annahme des Berufungsgerichts insoweit nicht so sehr die Mitbewerber als die große Masse der Selbstrasierer, an die sich die Anzeige in erster Linie wendet, um sie zum Kauf des angepriesenen Rasierapparates zu veranlassen. Es ist daher nicht zu beanstanden, wenn das Berufungsgericht zunächst untersucht hat, wie diese Kreise die beanstandete Ankündigung verstehen.

Die im wesentlichen auf einer tatsächlichen Würdigung beruhende Annahme des Berufungsgerichts, die Leser würden der Anzeige entnehmen, die angepriesenen Eigenschaften des Rasierapparates, nämlich die bis zum Abend anhaltende Wirkung der morgendlichen Rasur sowie die Unmöglichkeit einer Hautverletzung, beruhten auf aufsehenerregenden und grundlegenden Erfindungen neueren Datums, steht mit der Lebenserfahrung in Übereinstimmung und entspricht einer natürlichen Betrachtungsweise. Einer Heranziehung der in den zitierten Entscheidungen des Reichsgerichts ausgesprochenen Grundsätze bedurfte es allerdings in diesem Zusammenhange nicht. Das Berufungsgericht hat zu Recht betont, daß nach dem Werbetext die angepriesenen Eigenschaften des Rasiergerätes auf einer "sensationellen Erfindung" beruhen müßten. Das Vorliegen solcher Erfindungen verneint das Berufungsgericht, wie seine folgenden Ausführungen ergeben, und erblickt bereits hierin die Unzulässigkeit des Werbetextes. Dann konnte es aber auf die Grundsätze, die das Reichsgericht für den Fall ausgesprochen hat, daß eine Ware schlechthin als patentiert bezeichnet oder der Werbehinweis auf das Patent jedenfalls von den beteiligten Verkehrskreisen in diesem Sinne aufgefaßt wird, während tatsächlich nur unwesentliche Teile unter Patentschutz stehen, nicht mehr ankommen (vgl. dazu auch das Urteil des Senats vom 2. April 1957 - I ZR 29/56 - Nieder).

Die Revision vertritt allerdings den Standpunkt, das in der Werbeanzeige verwendete Wort "sensationell" habe einen typisch übertreibenden Charakter, dem gerade der flüchtige Leser keine oder nur eine untergeordnete Bedeutung bemesse. Auch ein unerfahrener Leser werde, so meint die Revision, ohne weiteres geneigt sein, in diesen Worten

nur eine reklamehafte Übertreibung zu erblicken, die nicht ernst genommen werden wolle. Er könne aus ihnen nicht mehr entnehmen, als daß es sich um eine bedeutende Erfindung handele, ohne dass es darauf ankomme, ob sie neueren Datums sei.

Es kann der Revision zugegeben werden, daß der Verkehr nicht jede reklamehafte Übertreibung als ernst wertet und bei der Beurteilung einer Werbung die Erfahrungstatsache in Rechnung stellt, daß Werbetexte in der Regel subjektiv gefärbt sind. Damit ist aber nicht gesagt, daß marktschreierische Übertreibungen schlechthin zulässig wären. Es hängt vielmehr jeweils von der Gestaltung des Einzelfalles ab, ob und in welchem Umfange sie ein wettbewerbswidriges Moment aufweisen. Die gebotene Grenzziehung bestimmt sich nach § 3 UWG. Werden die in Betracht kommenden Verkehrskreise durch die Art der Werbung tatsächlich irregeführt, obwohl sie den übertreibenden Charakter von Werbetexten in Rechnung stellen, so ist die Werbung unzulässig. Sicherlich werden die Verbraucher bei dem Lesen der beanstandeten Ankündigung keine völlig neutrale Darstellung der Vorteile der angepriesenen Rasiergeräte erwarten, indessen werden sie nach der rechtlich nicht zu beanstandenden Auffassung des Berufungsgerichts jedenfalls den Eindruck gewinnen, die angepriesenen Apparate enthielten aufsehenerregende und grundlegende Neuerungen, die die angekündigten Wirkungen aufwiesen. Denn gerade weil die angepriesenen Eigenschaften des Rasierapparates dem Selbstrasierer zunächst wenig wahrscheinlich erscheinen müssen, rechtfertigt sich die Annahme, der Leser werde infolge des nachdrücklichen Hinweises auf eine "sensationelle Erfindung" die Anpreisung der Vorzüge des Apparates doch für glaubwürdig halten.

II. Das Berufungsgericht hat daher mit Recht geprüft, ob die als "sensationelle Erfindung" angekündigten Eigenschaften des Rasierapparates tatsächlich auf grundlegenden Neuerungen beruhten. Es hat dazu ausgeführt: Die Beklagte habe sich zur Rechtfertigung ihrer Werbung auf mehrere Patente berufen, von denen das Patent Nr. 483 681 mit Wirkung vom 5. Oktober 1928 das maßgebende sei. Unabhängig von der praktischen Bedeutung dieses Patenten, so erklärt das Berufungsgericht, werde der Leser in Wahrheit niemals auf den Gedanken kommen, daß die Erfindung, die als "sensationell" bezeichnet worden sei, schon 27 Jahre alt und ihr Schutz bereits abgelaufen sei. Einen Erfindungsgedanken, der vielleicht vor 25 Jahren grundlegend gewesen sein möge, werde heute niemand mehr als sensationell ansehen. Auch die übrigen von dem Beklagten angeführten und sich auf den Rasierapparat beziehenden Patente lägen so weit zurück, daß sie vom Verkehr jetzt nicht mehr als neue Errungenschaften angesehen werden könnten. Nur das Patent Nr. 853 398 (mit Wirkung vom 8. Oktober 1950) entspreche in zeitlicher Hinsicht den Vorstellungen des Lesers. Dieses Patent betreffe aber lediglich die Rasierklinge, deren Schneidfähigkeit durch verdünnte Stellen erhöht werden solle. Der Leser werde indessen durch die Abbildung des Rasierapparates und durch die herausgestellte Preisangabe auf den Rasierapparat hingelenkt, so daß er annehmen müsse, die "sensationelle Erfindung" beziehe sich auf diesen Apparat. Im übrigen könne diese Erfindung auch nicht als so grundlegend angesehen werden, wie es der Leser aus der Ankündigung entnehmen müsse. Schließlich befasse sich das Patent nach der gestellten Aufgabe vorwiegend mit dem Herstellungsverfahren. Der Verkehr sei aber weniger daran interessiert, nach welchem Verfahren die Klinge hergestellt werde, als

an ihren Eigenschaften. Die vom Berufungsgericht gezogene Folgerung, die Werbung der Beklagten sei hier- nach gemäß § 3 UWG unzulässig und verpflichte den Beklagten zur Unterlassung, ist mindestens im Ergebnis rechtlich nicht zu beanstanden.

1. Die Revision rügt unter Berufung auf § 551 Ziff. 7 ZPO in erster Linie, das angefochtene Urteil be- fasse sich allein mit der als unzulässig angesehenen Werbewendung "sensationelle Erfindung" und entbehere einer Begründung für den Gebrauch der weiteren Ankündigungen "Morgens rasiert, abends noch glatt" und "Verletzung der Haut unmöglich". Dieser Rüge ist der Erfolg zu versagen.

Die Entscheidungsgründe des Berufungsurteils ergeben eindeutig, daß das Berufungsgericht den Wettbewerbsver- stoß gerade in dem Hinweis auf die angebliche Wirkung der morgendlichen Rasur und die Unmöglichkeit einer Verletzung im Zusammenhang mit der Bezeichnung "sensationelle Erfin- dung" erblickt. Die Begründung des Berufungsgerichts läßt keinen Zweifel, daß sich nach seiner Auffassung die "ange- priesenen Eigenschaften" des Rasierapparates im Hinblick auf die tatsächliche Patentlage nicht mit der Ankündigung deckten, sie beruhten auf einer "sensationellen Erfindung". Von einer Verletzung des § 551 Ziff. 7 ZPO kann hiernach keine Rede sein. Auch beziehen sich die von der Klägerin gestellten Anträge nicht, wie die Revision meint, auf die von der Beklagten gebrauchten Wendungen jeweils in ihrer Alleinstellung, sondern sie erstreben, wie noch zu erör- tern sein wird, im Gegenteil ein Verbot des Gesamttextes.

2. Die Rüge der Revision, die Beklagte mache über ihre Erzeugnisse keine unrichtigen Angaben, wenn sie den Rasierapparat als ihre Erfindung kennzeichne, geht ins Leere.

Denn das Berufungsgericht hat nicht beanstandet, daß in der Werbung von einer "Erfindung" die Rede ist, sondern hat geprüft, ob die angekündigten Eigenschaften des Apparats auf einer "sensationellen" Erfindung beruhten.

3. Das Berufungsgericht hat hinsichtlich der die Ausgestaltung des Rasierapparates betreffenden Patente den Standpunkt vertreten, die Beklagte habe die Erfindungen deswegen nicht als "sensationell" bezeichnen dürfen, weil sie entweder allein betrachtet nicht von grundlegender Bedeutung in dem angekündigten Sinne gewesen seien oder aber der Verkehr sie jedenfalls jetzt nicht mehr als aufsehenerregend ansehe. Es kommt hiernach allein darauf an, ob das Berufungsgericht eine solche grundlegende Bedeutung diesen Erfindungen der Beklagten zu Recht abgesprochen hat.

Unstreitig ist zwischen den Parteien, daß die DRP 483 681 (1928), Zusatzpatent 490 330 (1929) und DRP 640 543 (1934) wegen Zeitablaufs erloschen sind. Zutreffend hat das Berufungsgericht das DRP 483 681 als das maßgebende Patent bezeichnet. Diese Erfindung bezog sich auf eine ungezahnte Schutzplatte für Rasierhobel und bestand darin, daß auf der Oberseite der Schutzplatte eine Anzahl Stützpunkte für die Klinge in Gestalt winziger Spitzkegel derart geschaffen ist, daß bei eingespannter Klinge die erste Reihe sich nahe der Schneide befindet (Z 35 - 41). Die Erfindung des Zusatzpatentes sah eine Verstärkung der Stützpunkte für die Klingen zwecks besserer Auflage der Klinge vor, während das ebenfalls erloschene DRP 640 543 sich gegenüber den bereits bekannten, mit Kennmarken versehenen mehrschneidigen Klingen dadurch kennzeichnete,

daß mindestens eine im eingespannten Zustand der Klinge von außen ausgebildete Kennmarke an mindestens einer der beiden Schmalseiten der Klinge vorgesehen ist (Z 1 - 10). Ob die Erfindungsgedanken dieser Patente und insbesondere des DRP 483 681 etwa in der Vergangenheit einmal grundlegend gewesen sind, hat das Berufungsgericht ohne Rechtsirrtum dahingestellt sein lassen. Denn jedenfalls werden sie nach der rechtlich nicht zu be-
anstandenden Auffassung des Berufungsgerichts nach Ablauf von 28 Jahren seitens der durch die Werbung der Beklagten angesprochenen Verkehrskreise heute nicht mehr als "sensationell" angesehen. Das gleiche muß, wie das Berufungsgericht zutreffend angenommen hat, von dem DRP 719 813 und dem Zusatzpatent 727 546 gelten, die beide bereits mit Wirkung vom Jahre 1940 Schutz genießen. Beide Patente betreffen im übrigen Rasiergeräte mit federnden Stiften zum Zentrieren der Klinge und der Deckplatte, die gewährleisten soll, daß eine einwandfreie Rasierwirkung ohne die Gefahr des Klingenbruchs erzielt wird (Z 22 - 24 des DRP 719 813). Jedenfalls im Hinblick auf die in der Ankündigung behauptete hohe Schneidewirkung wird dieser Erfindungsgedanke von den beteiligten Verkehrskreisen sicherlich nicht als "sensationelle Erfindung" aufgefaßt werden.

4. Das Berufungsgericht hat die Frage, ob das DRP 853 398 (1950) sich auf Rasierklingen bezieht, die an den verdünnten Stellen zur Erhöhung der Schneidwirkung Vertiefungen aufweisen, so grundlegend ist, wie der Leser aus der Ankündigung entnehmen müsse, verneint und hat weiterhin angenommen, daß sich dieses Patent vorwiegend mit dem Herstellungsverfahren befasse. Ob diese von der

Revision beanstandete Auffassung einer rechtlichen Nachprüfung in vollem Umfange standhält, braucht nicht erörtert zu werden. Denn jedenfalls wird die Würdigung dieses Patents bereits durch die rechtlich zutreffende Erwägung des Berufungsgerichts getragen, daß die Aufmerksamkeit der beteiligten Verkehrskreise durch die Abbildung und die Preisangabe in erster Linie auf den Rasierapparat und nicht auf die Rasierklingen gelenkt wird, von denen nur hervorgehoben ist, daß drei Stück gratis beim Kauf eines Apparates geliefert werden und daß sie im übrigen "für Vor- und Nachrasur" "wunderbar rasieren". Die angepriesene Erfindung bezieht sich somit nach Form und Aufmachung der Anzeige auf Rasierapparate. Auch wenn man berücksichtigt, daß Rasierklingen zu jedem Apparat gehören, durfte die Beklagte eine nur die Rasierklingen betreffende Vorzugsstellung ("sensationelle Erfindung" usw.) nicht in der Weise, wie geschehen, als Vorspann benutzen, um für den Absatz der Rasierapparate zu werben. Denn für den Leser, der die angekündigten Vorteile als Eigenschaften des Rasierapparats ansieht, ist es irreführend, wenn in Wahrheit - entgegen der Ankündigung - nicht die Apparate die angepriesenen Vorteile aufweisen, sondern nur die diesen beigegebenenen, für jeden beliebigen Apparat verwendbaren Klingen. Die bloße Andeutung eines Schaufelschnitts in der beigelegten Abbildung des Apparates konnte nach der rechtlich zutreffenden Annahme des Berufungsgerichts nicht ausreichen, um die in Betracht kommenden Verkehrskreise über die wahre Bedeutung der Anzeige aufzuklären. Der Hinweis auf eine "sensationelle Erfindung" stellt sich nach alledem als eine unrichtige Angabe im Sinne des § 3 UWG dar.

5. Die Rüge der Revision, das Berufungsgericht habe bei seinen Erwägungen übersehen (§ 286 ZPO), daß die besondere Gestaltung des Rasiergerätes nach Behauptung der Beklagten allein von ihr hergestellt werde, geht gleichfalls fehl. Der Umstand, daß keine anderen Hersteller Erzeugnisse auf den Markt gebracht haben, die die Besonderheiten des Fabrikats der Beklagten aufweisen, besagt nichts für die hier allein zu entscheidende Frage, ob die Geräte und ihre angekündigten Eigenschaften auf Erfindungen beruhen, die nach Auffassung des Verkehrs noch heute aufsehenerregend oder grundlegend sind. Das Berufungsgericht hatte daher auch keine Veranlassung, auf diese Behauptung der Beklagten einzugehen. Auch brauchte das Berufungsgericht sich nicht mit der von der Revision aufgeworfenen Frage zu befassen, ob eine Partei berechtigt ist, eine bis in die letzten Jahre fortentwickelte Erfindung, möge sie in ihren Grundzügen auch schon älter sein, als neu zu kennzeichnen, wenn die Entwicklungsarbeiten bis in die letzten Jahre angedauert haben. Ein solcher Tatbestand stand nicht zur Entscheidung. Es erübrigte sich daher auch für das Berufungsgericht, sich mit ihm auseinanderzusetzen.

Ebensowenig bedurfte es im Rahmen der vom Berufungsgericht angestellten Erwägungen eines Eingehens auf die Behauptung der Beklagten, ihr Rasiergerät sei im Jahre 1932 auf einer Industrieausstellung in London mit einer goldenen Medaille ausgezeichnet worden.

IV. Das Berufungsgericht hat schließlich angenommen, die Beklagte verstoße auch gegen die Bestimmungen der

Zugabeverordnung, indem sie zu den Rasierapparaten 3 Klingen zugebe, die sie ausdrücklich als Gratisklingen bezeichne. Eines Eingehens auf die gegen diese Auffassung des Berufungsgerichts gerichteten Angriffe bedarf es nicht. Denn die ~~z~~ allerdings nach § 1 Abs. 3 ZugAVO unzulässige - Anpreisung ist in Alleinstellung überhaupt nicht Gegenstand des Klageantrages. Sie stellt vielmehr nur einen ~~unselbständigen~~ Teil des im Wege der Anschlußberufung ergänzten Klageantrages dar, durch den nur die tatsächliche Verletzungsform näher umrissen werden sollte. Die Klägerin hat in ihrem Schriftsatz vom 16. Februar 1956 ausdrücklich betont, daß der in der Berufungsinstantz abgeänderte Klageantrag dazu habe dienen sollen, die angegriffene Handlung noch schärfer abzugrenzen. In diesem Sinne hat ihn auch das Berufungsgericht ersichtlich verstanden. Wäre das Berufungsgericht anderer Ansicht gewesen, so hätte es in dem Urteilsausspruch zum Ausdruck bringen müssen, daß die Ankündigung der Gratislieferung auch wenn sie unabhängig von den übrigen Ankündigungen erfolge, unzulässig sei. Dies ist tatsächlich nicht geschehen. Daher rechtfertigt bereits der Umstand, daß die einleitenden, oben erörterten Sätze der Anzeige irreführend sind, das Verbot der Gesamtanzeige, in der auch das Angebot der Gratisklingen enthalten ist.

Das Unterlassungsgebot war indessen dahin klarzustellen, daß sich der Urteilsausspruch nur auf die Werbung für Rasierapparate bezieht.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 ZPO.

Wilde

Bundesrichterin Dr. Krüger-Nieland
ist infolge Urlaubsabwesenheit an
der Unterschriftleistung verhin-
dert. Wilde

Christoph

Weiß

Spreng