

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 3

"Echt versilbert"

Zur Frage, welche Bedeutung der Verkehr dem Zusatz
"echt" vor einer Beschaffenheitsangabe beimißt.

BGH, Urt. v. 18. September 1986 - I ZR 82/84 - OLG Schleswig
LG Kiel

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 82/84

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
18. September 1986
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

des Verbandes Wirtschaft im Wettbewerb, Verein für Lauterkeit
in Handel und Industrie e.V., vertreten durch den ersten
Vorsitzenden Herrn Dipl.-Ing. Günter W[REDACTED], G[REDACTED]
Allee [REDACTED], D[REDACTED],

Klägers und Revisionsklägers,

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

gegen

Kaufmann Ingo R[REDACTED], O[REDACTED] Straße [REDACTED], H[REDACTED],

Beklagter und Revisionsbeklagter,

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

WII

- 2 -

13

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 18. September 1986 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Teplitzky und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Schleswig-Holsteinischen Oberlandesgerichts in Schleswig vom 20. März 1984 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückverwiesen, dem auch die Entscheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens übertragen wird.

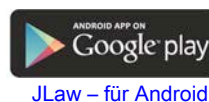
Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsgemäßen Aufgaben es gehört, auf die Einhaltung der Regeln des lautereren Wettbewerbs im geschäftlichen Verkehr zu achten.



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



Der Beklagte, der einen "Geschenkemarkt" betrieb (er ist jetzt im Großhandel tätig), warb in einer Zeitungsanzeige für ein fünfteiliges Kaffee-Service mit den Worten "echt versilbert". Der Kläger hält diese Werbeaussage für irreführend. Der Zusatz "echt" vor einer Warenbezeichnung erwecke den Eindruck, es existiere auch eine unechte oder verfälschte, d.h. minderwertige Ware. Unterschiedliche Echtheitsgrade gebe es indes bei versilberten Waren nicht; entweder seien diese versilbert oder nicht. Beim Verbraucher werde so die irriige Vorstellung mehrerer Qualitätsstufen erweckt. Die Werbung für ein "echt versilbertes" Kaffee-Service werte der Kunde dahin, daß es sich um ein Service besonderer Qualität und Güte handele. Tatsächlich aber entspreche das von dem Beklagten angebotene Service nur dem herkömmlichen Qualitätsstandard.

Der Kläger hat beantragt,

den Beklagten bei Meidung eines für jeden einzelnen Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu DM 500.000,--, ersatzweise Ordnungshaft, zu verurteilen, es zu unterlassen,

in Zeitungsanzeigen und auf sonstigen Werbeträgern für ein Silber-Service mit dem Zusatz "echt" zu werben, wie konkret in der Landeszeitung Rendsburg vom 14. Dezember 1982.

Der Beklagte stellt eine Irreführung in Abrede: Der Hinweis "echt" diene der Aufklärung der Kaufinteressenten

Über die tatsächliche Beschaffenheit der Ware, bei der im Gegensatz zu silberfarbenen Artikeln Silber als Auflage verwendet worden sei.

Landgericht und Oberlandesgericht haben den Klageanspruch für unbegründet erachtet. Dagegen richtet sich die vom Berufungsgericht zugelassene Revision des Klägers, mit der er den Klageantrag weiterverfolgt. Der Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus, durch den Begriff "versilbert" werde - worüber zwischen den Parteien kein Streit besteht - die Beschaffenheit des Services in einer für den Verkehr eindeutigen Weise, auch zutreffend, dahin gekennzeichnet, daß das zur Herstellung verwendete Material mit einer Silberauflage versehen sei. Diese Kennzeichnung sei nicht zu beanstanden.

Mit der weiteren Bezeichnung "echt ..." werde der Verkehr nicht irregeführt. Es entstehe beim Publikum der zutreffende Eindruck, daß das angebotene Service anders als silberfarbene Artikel mit einer aus Bestandteilen des Edelmetalls Silber bestehenden Auflage versehen sei. Der zusätzliche Hinweis "echt" habe lediglich die Bedeutung, daß auf diesen Umstand besonders hingewiesen werde. Das breite Publikum unterscheide zutreffend - auch darüber besteht zwischen den Parteien kein Streit - versilberte Artikel von

silberfarbenen bzw. silberähnlichen. Deshalb vermittle der Hinweis "echt" lediglich in verstärkender Weise, zur Herstellung des beworbenen Artikels sei tatsächlich Silber bei der Auflage verwendet worden. An sich hätte die Bezeichnung "versilbert" genügen können, um die Beschaffenheit der Waren richtig zu beschreiben.

Die Auffassung des Klägers, die Werbeaussage werde dahin gewertet, es handle sich um ein Service von höherwertiger Qualität, treffe nicht zu. Mit der Bezeichnung "echt versilbert" werde nicht etwa der Gegensatz zu "unecht versilbert" hergestellt und dadurch behauptet, echt versilberte Artikel seien höherwertiger als unechte. Der angesprochene Verkehr betrachte einen Begriff "unecht versilbert" als unsinnig und deshalb nicht gemeint. Mit der Verwendung der Bezeichnung "echt versilbert" werde nicht innerhalb einer Gattungsbezeichnung der Gegensatz von echt - unecht im Bewußtsein der Kaufinteressenten hervorgerufen.

Der Einholung einer Meinungsumfrage, auf die sich der Kläger hilfsweise berufen hatte, habe es nicht bedurft. Die Mitglieder des Senats könnten sich als Teil des angesprochenen Publikums bei einer solchen Ware und einer derartigen Werbeankündigung selbst ein Urteil darüber bilden, ob ein nicht unerheblicher Teil der Abnehmer durch die beanstandete Werbung irregeführt werde.

II. Die dagegen gerichtete Revision hat Erfolg.

Sie beruft sich in erster Linie auf die Feststellung des Berufungsgerichts, daß die Bezeichnung als "versilbert" an sich genügt hätte, um die Beschaffenheit der Ware richtig zu beschreiben. Wenn zur Unterscheidung zwischen versilberten und nur silberfarbenen oder silberähnlichen Artikeln nichts anderes benötigt werde als der Hinweis versilbert, dann, so meint die Revision, könne dies für den flüchtigen Betrachter nur bedeuten, daß ihm eben etwas anderes als nur versilbert, nämlich ein Artikel von besonders hoher Qualität angeboten werde.

Daß dies zwingend sei, wie die Revision meint, kann allerdings nicht anerkannt werden. Der Verkehr ist damit vertraut, daß auch an sich eindeutige Angaben gelegentlich mit Zusätzen versehen werden, die als besondere Heraushebung des Aussagegehalts der Werbung, etwa einer Herausstellung des Herstellerunternehmens, der Marke oder einer warenbeschreibenden Angabe dienen sollen (vgl. BGH GRUR 1963, 539, 540 - echt-skai m.w.N.). Ob der Verkehr einen Zusatz als bloße Hervorhebung versteht oder ob er darin einen Hinweis mit eigenem Inhalt, etwa der Behauptung einer gehobenen Qualität, erblickt, läßt sich entgegen der Ansicht der Revision nicht abstrakt bestimmen. Es kommt vielmehr auf die jeweiligen Umstände an.

Das hat auch das Berufungsgericht nicht hinreichend berücksichtigt, wenn es meint, daß dem breiten Publikum der Unterschied von versilberten und silberfarbenen Artikeln bekannt sei, und wenn es dann daraus folgert, der Zusatz "echt" werde nur als Verstärkung und Betonung der

Beschaffenheitsangabe "versilbert" verstanden. Die Kenntnis dieses Unterschiedes mag das vom Berufungsgericht angenommene Verständnis fördern, doch ist das jedenfalls nicht zwingend. Der flüchtige Verbraucher, auf den das Berufungsgericht als den Werbeadressaten zutreffend abhebt, ist von der Werbung auch daran gewöhnt worden, Zusätzen wie echt, original u.ä. den Anspruch einer besseren Qualität beizulegen. Bei der Angabe "echt versilbert" mag dem zwar entgegenstehen, daß der Komplementärbegriff "unecht versilbert", worauf das Berufungsgericht abhebt, als unsinnig erscheint. Das setzt aber eine gedankliche Verarbeitung voraus, die vom flüchtigen Betrachter einer Zeitungswerbung nicht ohne weiteres erwartet werden darf. Es erscheint jedenfalls möglich, daß unter den hier festgestellten Umständen ein rechtlich nicht unbeachtlicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung als Hinweis auf eine bessere Versilberung als in anderen Ausführungen versteht.

Dem steht auch nicht entgegen, daß es sich um das Angebot in einem Geschenkartikelgeschäft handelt. Es mag zwar sein, worauf die Revisionserwiderung hinweist, daß dort eher ein Angebot billigerer Gebrauchsartikel erwartet wird, doch reicht dies nicht zur Widerlegung der Annahme aus, daß deshalb die umstrittene Angabe, jedenfalls von einem rechtlich erheblichen Teil des Verkehrs, als Hinweis auf eine gehobene Qualität unter den versilberten Waren aufgefaßt werde.

Die tatsächliche Wirkung der Angabe, auf die es danach ankommt, hat das Berufungsgericht mit dem Hinweis auf die eigene Lebenserfahrung nicht hinreichend festgestellt. Zwar entspricht es der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, daß der Richter das Verkehrsverständnis einer Werbung, die Waren des täglichen Bedarfs betrifft und die sich an das breite Publikum richtet, in der Regel aus eigenem Erfahrungswissen feststellen kann. Solche Voraussetzungen liegen aber hier nicht vor. Zurückhaltung ist schon deshalb geboten, weil das Gericht die Gefahr der Irreführung verneinen will. Diese Feststellung bezieht sich auf sehr verschiedene Verkehrskreise, in deren Auffassung der Richter nicht ohne weiteres Einblick haben kann. Der Kauf eines versilberten Kaffee-Services kommt auch bei breiten Schichten eher seltener in Betracht. Die Kenntnisse über die Versilberung solcher Waren, z.B. hinsichtlich unterschiedlicher Auflagen, sowie der darauf bezügliche Fachwortgebrauch können nicht ohne weiteres mit denen über Waren des allgemeinen Bedarfs im Sinne der genannten Rechtsprechung gleichgesetzt werden. Es bedarf insoweit noch näherer Feststellungen, als deren Grundlage eine Meinungsumfrage in Betracht kommen kann.

Das angefochtene Urteil war danach aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen. Dieses wird auch über die Kosten des Revisionsverfahrens zu entscheiden haben.

v. Gamm

Merkel

Piper

Teplitzky

Mees