

24-0 099

I ZR 94/57

Verkündet
am 11. März 1958
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 Be [REDACTED] Metallwarenfabrik D [REDACTED] & Co. (BMF),
Bu [REDACTED] / B [REDACTED], vertreten durch ihre persönlich haftenden
Gesellschafter Dr. Werner V [REDACTED] und Frau Hedwig D [REDACTED],

Beklagten, Revisionsklägerin
und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED]

g e g e n

die Firma W [REDACTED] Metallwarenfabrik (WMF) in
G [REDACTED] / St [REDACTED], gesetzlich vertreten durch den Vorstand,

Klägerin, Revisionsbeklagte
und Revisionsklägerin,

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

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs
auf die mündliche Verhandlung vom 11. März 1958
unter Mitwirkung der Bundesrichter Dr. Birnbach.
Dr. Bock, Dr. Christoph, Dr. Weiß und Dr. Löscher

für Recht erkannt:

Auf die Revisionen beider Parteien wird das
Urteil des 3. Zivilsenats des Oberlandesgerichts
Stuttgart vom 18. April 1957 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung
und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisions-
verfahrens, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Parteien sind Wettbewerber auf dem Gebiete der Herstellung und des Vertriebes von Bestecken. Beide versilbern Bestecke auf galvanischem Wege und erstreben dabei eine Verstärkung der Silberauflage an den Hauptabnutzungsstellen. Diese Verstärkung erfolgt ohne zusätzliches Material lediglich mit derjenigen Silbermenge, die bei einer Gesamtauflage von 90 gr für das Besteck zur Verfügung steht.

Die Klägerin verstärkt die Hauptabnutzungsstellen ihrer Bestecke bereits seit 1893 und bringt das auch in ihrer Werbung zum Ausdruck. Im Jahre 1923 entwickelte sie ein patentiertes Verfahren, mit dem sie eine Verdickung der Silberauflage an diesen Stellen um ein Mehrfaches erzielt. Seitdem nennt sie ihre so verstärkten Erzeugnisse "Patentbestecke".

In den Prospekten der Beklagten ist ein Löffel dargestellt, bei dem die Auflagestellen des Stiels, der Laffe sowie die Spitze der Laffe und das Ende des Stiels als besonders gefährdete Abnutzungsstellen gekennzeichnet sind. Mit diesen vier Stellen ist durch Hinweislinien ein Schild mit folgender Inschrift verbunden: "BMF-Silberschild verhindert vorschnelle Abnutzung der Auflagestellen". Unter dem Schild heißt es in einem der Prospekte: "Wir versehen durch ein besonderes Verfahren die Auflagestellen mit einem Silberschild, welcher vorschnelle Abnutzung verhindert" und in einem anderen Prospekt: "Härte und Dichte des Silberniederschlages sind der gewöhnlichen Versilberung weit überlegen. Die besonders gefährdeten Stellen sind durch die Silberschildverstärkung gegen vorschnelle Abnutzung geschützt."

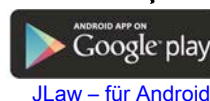
- 3 -

Nach Ansicht der Klägerin entnimmt das Publikum den Anpreisungen der Beklagten, die gefährdeten Stellen würden nicht eher abgenutzt als die anderen Stellen. Das lasse sich, wie sie meint, nur durch eine örtliche Verstärkung der Silberauflage um ein Mehrfaches der normalen Dicke sicherstellen. Bei den Bestecken der Beklagten sei eine ausreichende Verstärkung jedoch nicht nachweisbar, und zwar weder im Verhältnis zur durchschnittlichen Auf-
lagendicke des ganzen Bestecks noch im Verhältnis zur Auf-
lagendicke der den Hauptabnutzungsstellen benachbarten Partien. Soweit sich überhaupt eine Verstärkung feststellen lasse, gehe sie nicht nennenswert über den technisch bedingten üblichen Schwankungsbereich hinaus, so daß die Beklagte nicht berechtigt sei, die Verstärkung als besondere Leistung herauszustellen. Die Werbung der Beklagten sei besonders deshalb unlauter, weil der Verkehr durch die jahrzehntelange Werbung der Klägerin mit dem Begriff der Verstärkung ganz bestimmte Vorstellungen verbinde und weil das Anhängen der Beklagten an diese kostspielige Werbung daher den falschen Eindruck erwecke, ihre Bestecke seien ebenso gut und in gleicher Weise verstärkt wie die der Klägerin. Besonders irreführend sei das Schlagwort "Silberschildverstärkung", da das Publikum darunter einen besonders wirksamen schildartigen Schutz verstehe, der bei den Bestecken der Beklagten jedoch nicht vorhanden sei. Ebenso sei die Behauptung unrichtig, die Beklagte verfüge über ein besonderes Versilberungsverfahren. Die Behauptung einer weitgehenden Überlegenheit in Härte und Dichte des Silberniederschla-
ges sei unzutreffend und stelle die Inanspruchnahme einer unberechtigten Vorzugsstellung sowie eine unlautere vergleichende Werbung dar.

Die Klägerin hat Klage auf Unterlassung der von ihr be-
anstandeten Werbebehauptungen der Beklagten erhoben.



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Die Beklagte hat um Klageabweisung gebeten und behauptet: Ihre Werbung sei wahr, denn bei ihren Bestecken sei eine im Vergleich zum effektiven mittleren Durchschnittswert der Auflage zu bemessende Verstärkung vorhanden, die ausreichend sei, um die geschützten Stellen nicht schneller abnutzen zu lassen als die ungeschützten. Das sei bei ihren Bestecken nicht nur durch eine durchschnittlich 40 %ige Verdickung, sondern auch durch die besondere Härte und Abriebfestigkeit der Silberauflage gewährleistet. In welchem Maße die Verdickung erfolge, müsse jedem Hersteller freigestellt bleiben. Keineswegs könne die Klägerin die Werbung mit einer Verstärkung für sich monopolisieren, da die Verstärkung der Auflagestellen heute Allgemeingut der Besteckhersteller sei.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen.

Im Laufe des zweiten Rechtszuges hat die Beklagte sich verpflichtet, die Behauptung zu unterlassen, Dichte und Härte ihres Silberniederschlags seien der gewöhnlichen Versilberung weit überlegen. Sie hält diese Behauptung nur noch in der Form aufrecht, daß die Härte ihres Silberniederschlags der gewöhnlichen Versilberung überlegen sei; wegen der weitergehenden früheren Behauptung haben die Parteien den Rechtsstreit für erledigt erklärt. Die Klägerin hat dann im zweiten Rechtszug zuletzt beantragt,

der Beklagten unter Strafandrohung zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr in bezug auf die von ihr hergestellten oder vertriebenen versilberten Besteckteile durch Wort oder Bild die Behauptung aufzustellen, zu verbreiten oder verbreiten zu lassen,
1. a) die Auflagestellen oder besonders gefährdeten

Stellen ihrer Bestecke hätten eine Silberverstärkung oder eine Verstärkung;

- b) die Auflagestellen oder besonders gefährdeten Stellen ihrer Bestecke würden durch ein besonderes Verfahren mit einem Silberschild versehen, welcher vorschnelle Abnutzung verhindert;

- 2. die Härte des Silberniederschlages ihrer Bestecke sei der gewöhnlichen (normalen) Versilberung überlegen.

Die Beklagte hat beantragt, die Berufung zurückzuweisen.

Das Oberlandesgericht hat bezüglich des Klageantrages zu Nr. 2 die Berufung der Klägerin zurückgewiesen, dagegen dem Klagantrag zu Nr. 1 unter folgender Fassung der verbotenen Behauptung stattgegeben:

"alle besonders gefährdeten Stellen, insbesondere alle Auflagestellen ihrer Bestecke würden durch ein besonderes Verfahren mit einem Silberschild versehen, welcher vorschnelle Abnutzung verhindere."

Gegen dieses Urteil haben beide Parteien Revision eingelegt. Die Beklagte erstrebt die völlige Abweisung der Klage, die Klägerin die Verurteilung der Beklagten auch hinsichtlich des Klageantrages zu Nr. 2. Beide Parteien bitten jeweils um Zurückweisung der Revision des Gegners, die Klägerin hilfsweise mit der Maßgabe, daß die Verurteilung der Beklagten zu Nr. 1 durch den Zusatz eingeschränkt wird: "soweit eine Verstärkung, die gegen vorzeitige Abnutzung schützt, nicht vorliegt."

Entscheidungsgründe:

I. Zur Revision der Beklagten:

1. Das Berufungsgericht ist bei dem von ihm ausgesprochenen Verbot nicht der Formulierung des Klageantrags zu Nr. 1 a) und b) gefolgt, sondern hat eine eigene Formulierung gewählt, bei der es ersichtlich die angegriffenen konkreten Werbebehauptungen in den beiden Prospekten der Beklagten zugrunde gelegt hat. Diese stimmen, abgesehen von unbedeutenden sprachlichen Abweichungen, in der Tat darin überein, daß die Beklagte behauptet, sie versehe die besonders gefährdeten Stellen mit einem Silberschild, welcher vorschnelle Abnutzung verhindere.

Das Berufungsgericht erblickt in dieser Werbebehauptung eine unrichtige Angabe im Sinne von § 3 UWG. Zutreffend (vgl. BGHZ 13, 244 /253/ - Cupresa -; BGH GRUR 1956, 550 - Tiefenfurter Bauernbrot -) hat es ausgeführt, es komme für die Beurteilung der Richtigkeit oder Unrichtigkeit einer Werbeangabe darauf an, wie das Publikum die Anpreisung bei flüchtiger und nicht besonders kritischer Würdigung verstehe. Wenn das Berufungsgericht ferner darauf hinweist, daß der Werbende bei Mehrdeutigkeit seiner Erklärung auch die ungünstige Auslegung gegen sich gelten lassen müsse, so steht das ebenfalls mit der ständigen Rechtsprechung in Einklang, wonach die mißverständliche Fassung einer Werbung zu Lasten des Werbenden geht (BGH GRUR 1957, 128 /130/ - Westfälischer Steinhäger -).

2. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts entnimmt der Verkehr der angegriffenen Werbung nicht nur die allgemeine Behauptung, die Beklagte verstärke ihre Bestecke an den Auflage-

stellen. Dadurch, daß die sprachlich unklare Wendung "vorschnelle Abnutzung" verwendet und die Verstärkung mit einem "Silberschild" verglichen werde, entstehe für den flüchtigen Leser vielmehr der Eindruck, die besonders gefährdeten Stellen seien in einem solchen Maße verstärkt, daß sie sich nicht oder nicht erheblich vor der Zeit, d. h. vor Abnutzung der nicht verstärkten Stellen abnutzen würden. Dabei sei es für den Verkehr unwichtig, ob ein Besteckhersteller in demselben Maße verstärke wie etwa die Klägerin. Den Käufer interessiere nur, daß die Verstärkung einen hinreichenden Schutz gegen vorzeitige Abnutzung gewähre.

Diese Feststellungen lassen einen rechtlichen Irrtum nicht erkennen und sind daher für das Revisionsgericht bindend. Zu Unrecht rügt die Revision, daß das Berufungsgericht die Verkehrsauffassung ohne Befragung der Käuferkreise auf Grund seiner eigenen Vorstellungen ermittelt hat. Insbesondere geht der Hinweis der Revision auf die Entscheidung des erkennenden Senats vom 18. Januar 1957 (Erstes Kulmbacher - LM UWG § 5 Nr. 21) fehl. Während dort der Bedeutungswandel einer bestimmten Bezeichnung infolge jahrzehntelanger Verkehrsdurchsetzung eine Rolle spielen konnte, handelt es sich im Streitfall um die bloße Feststellung, wie die angegriffene Werbung auf einen Abnehmer wirkt, wenn sie erstmalig im Verkehr erscheint. Da diese Werbung einen Gegenstand des täglichen Bedarfs betrifft und da zudem die Feststellung genügt, daß die Werbung bei einem nicht unerheblichen Teil der umworbenen Verkehrskreise unrichtige Vorstellungen erweckt, ist das Vorgehen des Berufungsgerichts nicht zu beanstanden. Die von der Revision in diesem Zusammenhang erhobene Rüge einer Verletzung des § 139 ZPO kann schon deshalb keinen Erfolg haben, weil das Berufungsgericht die später im Urteil gegebene Auslegung bereits

in der Formulierung seines Beweisbeschlusses vom 26. Januar 1956 verwendet hatte, ohne daß die Beklagte das zum Anlaß genommen hätte, diese Auslegung mit weiteren Beweisantritten zu bekämpfen.

3. Zur Entscheidung der Frage, ob die Werbebehauptungen der Beklagten unrichtig sind, hat das Berufungsgericht zunächst erörtert, welche Voraussetzungen erfüllt sein müßten, damit von einer Verstärkung gegen vorzeitige Abnutzung gesprochen werden dürfe. Übereinstimmend mit dem Sachverständigen hat es festgestellt, es gebe bei der galvanischen Versilberung unvermeidbar ausgedehnte Partien der Besteckoberfläche, in denen die Auflageschicht geringer oder stärker sei als die mittlere Schichtdicke von 32 my, die man erhalten würde, wenn man bei einer 90 gr-Versilberung die auf einen Besteckteil entfallende Silbermenge völlig gleichmäßig verteilen könnte. Von dieser mittleren Schichtdicke könne, wie auch der Sachverständige meint, zur Beantwortung der Frage, ob eine Verstärkung vorliege, nicht ausgegangen werden. Sie sei hier zwar insofern von Bedeutung, als eine Verstärkung zumindest das Maß dieser mittleren Schichtdicke erreichen müsse. Eine Verstärkung im Sinne der angegriffenen Werbung erfordere aber darüber hinaus, daß sich die Silberauflage an den gefährdeten Stellen deutlich abhebe gegenüber den benachbarten Partien, bei denen nach den Erfahrungen der Praxis kein Interesse an einer Verstärkung bestehe. Denn andernfalls würde auch eine Stelle, die gegenüber den benachbarten Partien eine Verminderung der Schichtdicke aufweise, als verstärkt angesehen werden müssen, wenn sie nur die mittlere Schichtdicke von 32 my übersteige. Zudem bezeichne die Beklagte selbst in ihrer Werbung nur eng begrenzte Stellen als verstärkt. Auch deshalb müsse an diesen Stellen eine Erhöhung der Silberauflage gegenüber den benachbarten Stellen vorhanden sein.

Das Berufungsgericht sieht den Beweis als geführt an, daß diese Voraussetzungen bei den Bestecken der Beklagten nicht erfüllt seien. Auf Grund der einzelnen Ergebnisse im Gutachten des Sachverständigen sei festzustellen, daß alle untersuchten Löffel aus vier von den insgesamt sechs Verkaufsstellen, in denen Bestecke der Beklagten zur Untersuchung eingekauft worden sind, jedenfalls an der besonders gefährdeten Auflagestelle der Laffe nicht oder nur unbedeutend gegenüber den benachbarten Stellen verstärkt seien. Wenn auch die Silberauflage an den Gefahrenpunkten die mittlere Schichtdicke durchweg übersteige und an den Auflagestellen der Stiele Verdickungen vorhanden seien, die in die Augen fielen, so berechtige doch die vorgenannte Feststellung zu dem Schluß, daß die Werbebehauptung der Beklagten, sie verstärke ihre Bestecke an allen besonders gefährdeten Stellen, nicht richtig sei.

Der Revision ist zuzugeben, daß diese Ausführungen des Berufungsurteils nicht frei von Rechtsirrtum sind. Es kam allein darauf an, ob die Bestecke der Beklagten dem Sinn der angegriffenen Werbebehauptungen tatsächlich entsprechen oder nicht. Es wäre daher nach der eigenen Feststellung des Berufungsgerichts zu prüfen und festzustellen gewesen, ob die Bestecke der Beklagten an den besonders gefährdeten Stellen wirklich derart verstärkt sind, daß diese Stellen sich nicht oder nicht erheblich vor Abnutzung der nicht verstärkten Partien abnutzen. Von dieser maßgebenden Fragestellung ist das Berufungsgericht selbst in seinem Beweisbeschuß vom 26. Januar 1956 ausgegangen. Mit Recht hatte es dort die "besonders gefährdeten Stellen" den "nicht verstärkten Stellen" gegenübergestellt. Es hatte zutreffend nicht etwa auf eine absolute Tauglichkeit der Verstärkung an den Hauptabnutzungsstellen für sich allein abgestellt; denn auf eine solche

absolute Tauglichkeit kann es entgegen der Ansicht der Revision dann nicht ankommen, wenn - wie im Streitfall - im Verkehr die Erwartung hervorgerufen wird, die Auflage an den Hauptgefahrenstellen verschleisse nicht oder nicht wesentlich vor den anderen Partien. Mit Recht hat das Berufungsgericht auch weder im Beweisbeschuß noch im Urteil die Dicke der Auflage an den gefährdeten Stellen in Vergleich zu der mittleren Schichtdicke von 32 my gesetzt, da dieser Wert rein theoretischer Natur ist und nichts für die Lebensdauer der tatsächlichen Silberauflage besagt. Nicht zu billigen aber ist es, daß das Berufungsgericht sich dann in seinem Urteil - anscheinend unter dem Eindruck der Mitteilungen des Sachverständigen über die technischen Schwierigkeiten anderer Prüfungsmethoden - von dem richtigen Ausgangspunkt des Beweisbeschlusses entfernt und schließlich mit der Feststellung begnügt hat, daß die Auflage mindestens an einer der Hauptabnutzungsstellen nicht deutlich dicker sei als an den ihr benachbarten Stellen. Dieser Vergleich lediglich mit den benachbarten Stellen berechtigt noch nicht ohne weiteres zu der Folgerung, der durch die angegriffene Werbung hervorgerufene Eindruck sei im Sinne des § 3 UWG unrichtig und geeignet, den Anschein eines besonders günstigen Angebots zu erwecken. Selbst wenn sich die Auflage an den gefährdeten Stellen nicht gegenüber den benachbarten Partien erhebt, etwa weil die Nachbarpartien ebenfalls verstärkt sind, könnte die Werbebehauptung, die Hauptabnutzungsstellen würden sich nicht vor den unverstärkten Stellen abnutzen, immer noch richtig sein.

Das Urteil des Berufungsgerichts war daher schon aus diesem Grunde insoweit aufzuheben, wie eine Verurteilung der Beklagten erfolgt ist.

Bei der erneuten Verhandlung wird von der allein maßgeblichen Frage auszugehen sein, ob die Bestecke der Beklagten an den besonders gefährdeten Stellen wirklich derart ausreichend verstärkt sind, daß sich die Versilberung an diesen Stellen nicht oder nicht wesentlich vor Abnutzung der nicht verstärkten Stellen abnutzt. Es wird also ein Vergleich zwischen den Hauptabnutzungsstellen und den weniger stark beanspruchten und daher nicht verstärkten Stellen vorzunehmen sein. Ergibt sich, daß die Auflage an den bezeichneten Gefahrenstellen nicht wesentlich vor dem Zeitpunkt verschleißt, an dem an anderen Stellen das Grundmetall durchtritt und die Versilberung unansehnlich wird, dann ist die Werbebehauptung der Beklagten nicht zu beanstanden. Das Berufungsgericht wird in diesem Zusammenhang auch zu berücksichtigen haben, daß es nach seinen eigenen Feststellungen über die Erwartungen des Verkehrs nicht darauf ankommt, wie die Verstärkung an den Gefahrenstellen bewirkt wird, sofern sie nur gewährleistet, daß der versprochene Erfolg eintritt. Selbst wenn also keine wesentliche Verdickung der Silberauflage vorliegt, wird weiter zu prüfen sein, ob die Versilberung an den Gefahrenstellen etwa durch eine wirksame Härtung derart verstärkt ist, daß sie sich nicht vor der Auflage an den anderen Stellen abnutzt. Zu dieser Prüfung gibt der Sachvortrag der Beklagten, wie von der Revision in der mündlichen Verhandlung zutreffend bemerkt worden ist, hinreichend Anlaß. In diesem Zusammenhang wird zunächst zu klären sein, ob die Auflage bei den Bestecken der Beklagten nur an den gefährdeten Stellen oder insgesamt gehärtet ist. Im ersteren Falle könnte die Härtung, sofern sie die Abriebfestigkeit ausreichend erhöht, schon als solche eine Verstärkung gegenüber den anderen Stellen im Sinne der angegriffenen Werbung bedeuten. Aber auch im letzteren Falle wäre dies dann denkbar, wenn zu der Härtung eine gewisse Verdickung der Hauptabnutzungsstellen

hinzutritt und beides zusammen die Abriebfestigkeit derart wesentlich erhöhen würde, daß sich die gehärteten verdickten Gefahrenstellen nicht vor den gehärteten unverdickten Stellen abnutzen.

Wenn auch nicht verkannt werden kann, daß technische Schwierigkeiten den erforderlichen Feststellungen entgegen stehen, so dürfen diese doch nicht dazu führen, die Beweisfrage anders zu stellen, als es dem Sinne der angegriffenen Werbebehauptungen entspricht. Sofern sich über die Richtigkeit oder Unrichtigkeit dieser Werbebehauptungen keine ausreichenden Feststellungen treffen lassen sollten, so müßte das zu Lasten der beweispflichtigen Partei, also der Klägerin, gehen.

4. Nach Ansicht der Revision sollen die angegriffenen Werbebehauptungen ihrem Gesamteindruck nach auch deshalb einwandfrei sein, weil lediglich in Einzelfällen bei der Verstärkung der Auflagestellen Sachmängel unterlaufen, die sich infolge der Schwankungen des Galvanisierungsverfahrens nicht vermeiden lassen. Der Revision ist zuzugeben, daß Beschaffenheitsangaben auch dann wettbewerbsrechtlich unbedenklich sein können, wenn die angepriesene Eigenschaft nur bei einzelnen Stücken infolge mangelhafter Ausführung fehlt. Dies hat das Berufungsgericht auch nicht verkannt. Es hat aber ebenso zutreffend entgegeng gehalten, daß sich solche Fehler zahlenmäßig in geringen Grenzen halten müßten und daß die Beklagte diese Grenzen überschritten habe, weil ihre Bestecke in vier von sechs Verkaufsstätten nicht die behaupteten Eigenschaften aufweisen. Unbegründet ist auch die weitere Rüge, die Richtigkeit oder Unrichtigkeit der Werbebehauptungen müsse entsprechend den Grundsätzen beurteilt werden, die in den Bezeichnungs- und Garantievorschriften für versilberte Bestecke RAL 691 B 2 für den Nachweis der

Silbermenge aufgestellt worden seien. Nach diesen Vorschriften ist das Gewicht der Silberauflage durch dreimal in bestimmten Zeitabständen wiederholte Absilberung von jeweils acht gleichen Besteckteilen zu ermitteln. Das Berufungsgericht hat mit Recht von der Anwendung dieser Maßstäbe abgesehen, weil sie nur die Gesamtsilberauflage, nicht aber die Abriebvergütung an den gefährdeten Stellen zu messen gestatten.

5. Bei der erneuten Verhandlung wird auch der im Hilfsantrag der Klägerin zur Revision angeschnittenen Frage nachzugehen sein, ob sich ein völliges Verbot der angegriffenen Werbebehauptungen rechtfertigt oder ob dieses Verbot auf den Fall zu beschränken ist, daß die im Handel befindlichen Bestecke der Beklagten den Werbebehauptungen nicht entsprechen. Diese Frage würde sich besonders dann stellen, wenn es der Beklagten gelungen sein sollte, ihr Verstärkungsverfahren inzwischen so zu entwickeln, daß ihre neueren Bestecke ihren Werbebehauptungen entsprechen. Ein in solcher Weise eingeschränktes Verbot könnte allerdings nicht ganz einfache Beweiserhebungen im Vollstreckungsverfahren erforderlich machen; doch wären diese Schwierigkeiten nicht unüberwindlich.

6. Bei der etwaigen erneuten Formulierung eines Verbotes wird endlich noch zu prüfen sein, ob darin auch von der Behauptung eines "besonderen Verfahrens" die Rede sein soll, obwohl diese Behauptung nur in einem der beiden beanstandeten Prospekte enthalten und die Behauptung insoweit nach den Feststellungen des Berufungsgerichts nicht unrichtig ist. Die Beklagte wäre freilich durch einen derartigen Zusatz nicht beschwert; denn sie wird dadurch nicht stärker getroffen, als wenn der Zusatz fehlt, das Verbot also allgemeiner gefaßt ist.

II. Zur Revision der Klägerin.

1. Das Berufungsgericht hat zunächst mit Recht geprüft, wie der durch den Klagantrag zu Nr. 2 erfaßte weitere Werbesatz der Beklagten zu verstehen sei, die Härte des Silberniederschlags auf ihren Bestecken sei der gewöhnlichen Versilberung überlegen. Die Revision rügt in diesem Zusammenhang, das Berufungsgericht spreche dabei nur vom Versilberungsverfahren, während die angegriffene Werbung auf das Ergebnis des Verfahrens hinweise, das allein den Kunden interessiere. Aus dem Gesamtzusammenhang der Urteilsgründe ergibt sich indessen, daß auch das Berufungsgericht auf dieses Ergebnis abstellt; denn es vergleicht nicht die Versilberungsverfahren als solche, sondern die durch diese Verfahren erzielte unterschiedliche Härte miteinander. Es setzt also ersichtlich ohne Rechtsirrtum voraus, daß der Verkehr aus der streitigen Behauptung entnimmt, die Härte des Silberniederschlags auf den Bestecken der Beklagten sei der Härte des Niederschlags auf solchen Bestecken überlegen, deren Hersteller es bei der für Bestecke durchschnittlichen Versilberung bewenden ließen.

2. Mit Recht verneint das Berufungsgericht, daß diese Werbebehauptung unter dem rechtlichen Gesichtspunkt der unzulässigen vergleichenden Reklame gegen § 1 UWG verstoße. Die Beklagte unternimmt nicht in wettbewerbswidriger Weise eine Kritik an den Leistungen ihrer Mitbewerber, sondern sie verweist lediglich auf die Tatsache einer härteren Versilberung als der gewöhnlich ohne besondere Maßnahmen erzielbaren Versilberung und hält sich dabei innerhalb derjenigen Grenzen, die die Rechtsprechung für den erlaubten Systemvergleich gezogen hat. Insbesondere unterläßt sie - wie das Berufungsgericht zutreffend feststellt - jeden

Hinweis auf bestimmte Mitbewerber oder eine bestimmte Gruppe konkurrierender Unternehmen. Auch ohne daß Namen von Mitbewerbern genannt werden, würde es allerdings eine unzulässige vergleichende Reklame sein, wenn die Werbebehauptung derart eindeutig erkennbar auf andere Mitbewerber hinweist, daß der Leser diese als betroffen ansieht (BGH GRUR 1952, 582 /584/). Dabei kommt es nicht allein auf den Werbetext im Zusammenhang mit den weiteren Werbeangaben an, sondern auch auf die wettbewerbliche Situation, beispielsweise auf die Zahl der Mitbewerber und die Verhältnisse in der Branche. Dazu kann die Revision selbst jedoch nur vortragen, die Klägerin gehöre in erster Linie zu dem Kreis der Mitbewerber der Beklagten und ihre langjährige Werbung mit der Verstärkung der gefährdeten Stellen weise deshalb auf die Klägerin hin. Es ist indessen nicht ersichtlich, weshalb der Verkehr auf Grund dieser Umstände aus der angegriffenen Werbung entnehmen soll, die Klägerin gehöre zu denen, die es bei der gewöhnlichen Versilberung bewenden lassen und daher bei ihren Bestecken eine geringere Härte als die Beklagte erzielen. Es ist deshalb nicht zu beanstanden, daß das Berufungsgericht nicht näher auf diese Umstände eingegangen ist.

3. Das Berufungsgericht hat ferner aus der Werbebehauptung der Beklagten nicht entnommen, die Beklagte berühme sich unzulässigerweise einer nicht vorhandenen Alleinstellung. Zwar kann der Eindruck einer Alleinstellung nicht nur durch den Gebrauch eines Superlativs erzeugt werden, es kann genügen, daß die Ankündigung ihrem Wortsinn nach (BGH GRUR 1957, 600 /602/ - Bielefelds große Zeitung -) oder infolge geschickter Anordnung oder Formulierung wie eine Alleinstellung wirkt. Wenn indessen das Berufungsgericht feststellt, der Werbesatz besage lediglich, daß die von der Beklagten erzielte Härte der durchschnittlich

erzielten Härte überlegen sei, und enthalte nicht die Behauptung, alle anderen Mitbewerber erzielten geringere Härtewerte, dann kann dem aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden.

4. Dagegen sind die weiteren Ausführungen des Berufungsgerichts, die es unter den rechtlichen Gesichtspunkt des § 3 UWG stellt, nicht frei von Rechtsirrtum. Das Berufungsgericht begnügt sich hier mit der Feststellung, die Löffel der Beklagten wiesen mit die höchsten Härtewerte auf und lägen über den durchschnittlich erreichten Werten. Mit Recht rügt die Revision, daß in dem angefochtenen Urteil nicht erörtert wird, ob eine höhere Härte überhaupt einen Vorteil darstellt und werbemüßig herausgestellt werden darf. Zu dieser in der Tat erforderlichen Prüfung hätten schon das Vorbringen der Klägerin und die vom Sachverständigen geäußerten Bedenken Anlaß geben sollen.

Das angefochtene Urteil war daher auch insoweit aufzuheben, wie es zum Nachteil der Klägerin ergangen ist. Bei der erneuten Verhandlung wird das Berufungsgericht zu prüfen haben, ob das Publikum aus der angegriffenen Werbebehauptung entnimmt, Härte sei gleichbedeutend mit Verschleißbeständigkeit und eine größere Härte erhöhe die Lebensdauer des Bestecks, und ob diese Annahme unrichtig im Sinne von § 3 UWG ist, die Kaufinteressenten also irregeführt werden.

Sollte diese Prüfung zu dem Ergebnis führen, daß die Herausstellung der Härte als solcher noch nicht zu Irreführungen geeignet ist, wird das Berufungsgericht weiter zu berücksichtigen haben, daß die bloße Tatsache einer über-

durchschnittlichen Härte allein noch nicht dazu berechtigt, mit einer "Überlegenheit" gegenüber der gewöhnlichen Ver Silberung zu werben. Sofern der Verkehr derartige Anpreisungen ernst nimmt, wird er regelmäßig erwarten, daß die angepriesene Leistung der gewöhnlichen, von der Mehrheit der Mitbewerber normalerweise gewährten Leistung in dem Sinne "überlegen" ist, daß ein nach Umfang und Wirkung nicht geringfügiger Vorteil geboten wird. Das Berufungsgericht wird daher entsprechend dem Sachvortrag der Parteien darauf eingehen müssen, ob die angegriffene Anpreisung diese Erwartungen hervorruft und ob sie tatsächlich erfüllt werden. Die Beweislast für die Unrichtigkeit der Werbebehauptungen träge auch hier nach allgemeinen Regeln die Klägerin, da bislang nichts dafür ersichtlich ist, daß es sich hier etwa um einen Vergleich in einer sachlich umstrittenen Frage handelt, bei dem die Beklagte, wenn sie sich in ihrer Werbung einseitig für eine der vertretbaren Ansichten einsetzt, deren Richtigkeit auch beweisen müßte (vgl. dazu die Entscheidung des erkennenden Senats I ZR 185/56 vom 28. Februar 1958 .. Sodener Pastillen).

III. Nach alledem war auf die Revision beider Parteien, ohne daß es auf die von ihnen sonst noch erhobenen Verfahrensrügen ankommt, das angefochtene Urteil aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und

28

- 18 -

Entscheidung nach Maßgabe der in den vorstehenden Gründen
enthaltenen Richtlinien an das Berufungsgericht zurückzu-
verweisen.

Birnbach

Bock

Christoph

Bundesrichter Weiss
ist durch Beurlaubung
an der Unterschrift
verhindert

Löscher

Birnbach