

1

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 3

"10 Häuser erwarten Sie"

- a) Im Möbeleinzelhandel dürfen sich als "Haus" nur solche vollkaufmännischen Einzelhandelsunternehmen bezeichnen, die nach Sortimentsbreite, Umfang der Verkaufsfläche und Umsatz über den Durchschnitt der örtlichen Wettbewerber hinausragen.
- b) Wirbt ein Möbeleinzelhandelsunternehmen mit der Formulierung "10 Häuser erwarten Sie", so muß es sich jedenfalls um selbständige Verkaufsstellen von nicht unerheblicher Bedeutung handeln, in denen ständig Personal vorhanden ist und in denen Möbel in erheblichem Umfang ausgestellt sind und Verkaufsgeschäfte vollständig durchgeführt werden können.

BGH, Urt. v. 6. Juli 1979 - I ZR 96/77 - OLG Stuttgart
LG Ravensburg

h

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 96/77

URTEIL

Verkündet am

6. Juli 1979

Zug,
Justizhauptsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Kaufmann Wilhelm W[REDACTED], P[REDACTED]straße [REDACTED],
F[REDACTED],

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

M[REDACTED] L[REDACTED] KG, vertreten durch den persönlich
haftenden Gesellschafter Kaufmann L[REDACTED], H[REDACTED]straße [REDACTED],
R[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

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

h

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. Juli 1979 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Alff, Dr. Schönberg, Rebitzki und Dr. Zülch

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Stuttgart vom 13. Mai 1977 aufgehoben.

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der 2. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Ravensburg vom 21. Dezember 1976 wird zurückgewiesen.

Die Hilfswiderklage der Beklagten wird abgewiesen.

Die Beklagte hat auch die Kosten des Berufungs- und des Revisionsrechtszuges zu tragen.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand

Die Parteien stehen als Möbeleinzelhändler miteinander in Wettbewerb.

Die Beklagte, deren Geschäftsbetrieb in Ravensburg auf mehrere Gebäude verteilt ist, wirbt auf ihren Lastkraftwagen und Briefumschlägen, in Prospekten, Zeitungsbeilagen und Inseraten mit den Angaben

"Allein in R[REDACTED] warten 10 Häuser auf Ihren Besuch"

oder

"Allein in R[REDACTED] erwarten Sie 10 Häuser mit 440 m Schaufensterfront".

Der Kläger hat diese Werbung als Verstoß gegen § 3 UWG beanstandet und vorgetragen: Wenn die Beklagte als Möbels Einzelhandelsgeschäft von 10 Häusern spreche, dann müsse jedes einzelne für sich genommen nach der Breite des Sortiments, des Lagers, der Verkaufs- und Ausstellungsfläche, nach Fachpersonal, Aufmachung und Ausstattung der Verkaufsräume den Durchschnitt der Mitbewerber überragen. In Wirklichkeit habe die Beklagte lediglich mehrere Verkaufsstellen, die mit Ausnahme des Haupthauses nicht einmal ständig mit Verkaufspersonal besetzt seien.

Der Kläger hat beantragt,

1. der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr für den Vertrieb von Möbeln mit den Angaben:
 - a) "Allein in R [REDACTED] warten 10 Häuser auf Ihren Besuch" und/oder
 - b) "Allein in R [REDACTED] erwarten Sie 10 Häuser mit 440 m Schaufensterfront"zu werben;
2. dem Kläger Auskunft über den Umfang der Werbung gemäß Ziffer 1 zu erteilen, insbesondere unter Angabe der Werbeträger, der Auflagenhöhe, des Verbreitungsgebiets und des Verbreitungszeitraums der Werbung;
3. festzustellen, daß die Beklagte dem Kläger den wegen der Werbung gemäß Ziffer 1 entstandenen und in Zukunft entstehenden Schaden zu ersetzen hat.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie hat im Berufungsrechtszuge Hilfswiderklage erhoben und weiter beantragt,

auf die Hilfswiderklage festzustellen, daß die Werbung der Beklagten mit den Angaben "Allein in R [REDACTED] warten ... Häuser auf Ihren Besuch" und/oder "Allein in R [REDACTED] erwarten Sie ... Häuser mit 440 m Schaufensterfront" zulässig ist, wenn 9 Häuser

hilfsweise: 8 Häuser

hilfsweise: 7 Häuser

genannt werden.

Die Beklagte hat geltend gemacht, sie weise mit ihrer Werbung wahrheitsgemäß darauf hin, daß ihr Geschäftsbetrieb wegen seiner Lage in der R. Innenstadt auf mehrere Gebäude verteilt sei und daß sich ihre Verkaufs- und Ausstellungsfläche und ihr Sortiment nicht auf das beschränke, was der Interessent in einem einzigen dieser Gebäude vorfinde. Eine andere Bedeutung werde dem Hinweis auf 10 Häuser in ihren Werbeslogans nicht entnommen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten führte zur Klageabweisung. Mit der Revision verfolgt der Kläger seine Klageansprüche weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

Die Revision hat Erfolg.

I. Das Berufungsgericht verneint einen Verstoß der Beklagten gegen § 3 UWG. Dazu führt es im einzelnen aus:

Die Beklagte wende sich an ein breites Publikum im oberschwäbischen Raum, wobei sich das Interesse an der Werbung der Beklagten auf Personen beschränken werde, die nicht weiter als etwa eine Autostunde von R. entfernt wohnen. Das angesprochene Publikum wisse, daß R. einen mittelalterlichen Stadtkern habe, daß es im Kriege nicht zerstört worden sei und daß in der Innenstadt nur wenige Firmen

in großen, neu gebauten Baukomplexen untergebracht seien. Daß wegen des Bestrebens, das historische Stadtbild zu erhalten, alte Häuser im Stadtkern nicht einfach eingerissen und durch größere Neubauten ersetzt werden dürften, sei dem Publikum bekannt. Es verstehe daher den Hinweis eines im Stadtkern von R[REDACTED] ansässigen Möbeleinzelhandelsunternehmens, in R[REDACTED] würden auf den Kunden mehrere Häuser warten, dahin, daß das Unternehmen über das Stammhaus hinausgewachsen sei und seine Geschäfts- und Verkaufsräume nunmehr über weitere Häuser ausgedehnt habe. Daß die Beklagte in diesem Sinne ihre Ausstellungs- und Verkaufsräume in zehn Häusern habe, stimme mit den tatsächlichen Verhältnissen überein. Unter Haus verstehe die Umgangssprache ein Gebäude, in dem sich Menschen zu den verschiedensten Zwecken aufhielten. Bei einem Einzelhandelsgeschäft denke das Publikum an die Gebäude, in denen die Verkaufs- und Ausstellungsräume sich befänden. Ein Haus verliere seinen Charakter noch nicht dadurch, daß es mit anderen Häusern eng zusammengebaut sei, daß es eine gemeinsame Außenwand habe oder daß im Inneren Durchbrüche und Übergänge in das Nachbarhaus bestünden. Wann zwei oder mehrere aneinander grenzende Häuser durch Umbauten außen und innen so verändert seien, daß sie nur noch als ein einziges Gebäude verstanden würden, lasse sich nicht allgemein festlegen. Für die Unterscheidung, ob die Geschäftsräume der Beklagten sich in einem oder mehreren Häusern befänden, stehe bei der angegriffenen Werbung der äußere Eindruck im Vordergrund, den das Gebäude auf das Publikum mache. Soweit äußerlich ein Haus der Altstadt dadurch erhalten worden sei, daß die Außenmauern, die Fassade, das Dach bestehen geblieben seien, wirke das Gebäude auch heute noch als eines von mehreren Häusern, auch wenn es mit anderen derartigen Häusern einer übergreifenden Funktion diene. Aus den angegriffenen For-

mulierungen "10 Häuser erwarten Sie" oder "10 Häuser warten auf Ihren Besuch" entnehme das Publikum nicht die Erwartung, es müsse sich um zehn selbständige Verkaufseinheiten mit eigenem Empfang, eigenem Verkaufspersonal und eigener Kasse handeln.

II. Dieser Beurteilung des Berufungsgerichts kann nicht gefolgt werden.

1. Mit Recht rügt die Revision, daß der Ausgangspunkt des angefochtenen Urteils, der die Verkehrsauffassung über den Begriff des "Hauses" als Bezeichnung für die Geschäftsräume eines Möbeleinzelhandelsgeschäfts betrifft, mit der Lebenserfahrung nicht in Einklang steht. Das Berufungsgericht hat bei seinen Darlegungen nicht beachtet, daß selbst im baulichen Sinne ein Haus nicht nur und entscheidend durch das Äußere, die Fassade und das Dach, bestimmt wird. Für die Beurteilung eines oder mehrerer Häuser durch den unbefangenen Betrachter ist vielmehr das Innere des Gebäudes ebenfalls von wesentlicher Bedeutung. Dies deutet das Berufungsgericht selbst durch den Hinweis an, daß die Umgangssprache unter "Haus" ein Gebäude verstehe, in dem sich Menschen zu den verschiedensten Zwecken aufhielten; bei einem Einzelhandelsgeschäft denke das Publikum an die Gebäude, in denen die Verkaufs- und Ausstellungsräume sich befänden. Wenn es das Berufungsgericht im folgenden allein auf die äußere Gestalt der Verkaufsstellen der Beklagten abstellt - ohne zum Beispiel zu beachten, daß die Gebäude R[REDACTED]straße[REDACTED] und [REDACTED] im inneren ein einheitliches Möbelgeschäft mit einer Treppe und einem Aufzug bilden -, dann setzt es sich mit seinen eigenen, vorstehend wiedergegebenen Feststellungen in Widerspruch.

Überdies wird die Verkehrsauffassung nach der Lebens-
erfahrung dadurch wesentlich beeinflusst, daß sich als "Haus"
nur solche vollkaufmännischen Einzelhandelsunternehmen be-
zeichnen dürfen, die nach Sortimentsbreite, dem sich daraus
ergebenden Umfang der Verkaufsfläche und nach ihrer aus dem
Umsatz abzuleitenden Größe über den Durchschnitt der örtli-
chen Wettbewerber hinausragen (vgl. das Gutachten des Indu-
strie- und Handelstages in Betriebsberater 1969, 418 und
Baumbach-Hefermehl, 12. Aufl. § 3 UWG Rdn. 349 m.w.N.). Dies
gilt jedenfalls für den Möbeleinzelhandel. Zwar werden diese
Anforderungen nicht an jedes einzelne Verkaufsgeschäft eines
Möbeleinzelhandelsunternehmens zu stellen sein. Jedenfalls
ist aber für solche Verkaufsgeschäfte zu fordern, daß sie
selbständige Verkaufsstellen von nicht unerheblicher Bedeu-
tung darstellen, in denen ständig Personal vorhanden ist
und in denen Möbel in erheblichem Umfang ausgestellt sind
und Verkaufsgeschäfte vollständig durchgeführt werden kön-
nen. Nur dann ist es gerechtfertigt, die einzelne Verkaufs-
stelle als "Haus" zu bezeichnen, das den Kunden "erwarte".
Die abweichende Auffassung des Berufungsgerichts wird dem
Grundsatz nicht hinreichend gerecht, daß es bei der Beur-
teilung der an die Allgemeinheit gerichteten Werbeaussage
auf das Verständnis der Werbung durch den flüchtigen Durch-
schnittsleser ankommt. Es kann dahinstehen, ob die Abgren-
zung der angesprochenen Verkehrskreise durch das Berufungs-
gericht nicht bereits zu eng ist und ob tatsächlich im we-
sentlichen nur Personen umfaßt werden, die die örtlichen
und städtebaulichen Gegebenheiten von R[REDACTED] kennen.
Erfahrungswidrig ist nämlich, daß selbst diese Kreise beim
flüchtigen Lesen der angegriffenen Werbeaussagen: "Allein
in R[REDACTED] warten 10 Häuser auf Ihren Besuch" oder
"Allein in Ravensburg erwarten Sie 10 Häuser mit 440 m

Schaufensterfront" diese städtebaulichen Gegebenheiten als entscheidend ansehen und der Werbung daher entnehmen, daß die Aussagen Häuser im baulichen Sinne - und zwar auch nur von der Fassade her gesehen - betreffen. Mit Recht weist die Revision in diesem Zusammenhang schließlich darauf hin, daß es auch für die Stadt R[REDACTED] mit ihrem mittelalterlichen Stadtkern nicht naheliegend ist, bei der Werbung mit einer Anzahl von "Häusern" an Gebäude im äußeren architektonischen Sinne zu denken, in denen - wie teilweise hier - , die einzelnen Gebäude übergreifend, ein einheitliches Verkaufsgeschäft geführt wird. Auch in der Innenstadt könnte es sich um getrennte, den Begriff des Hauses im vollen Sinne je für sich erfüllende Geschäftsgebäude handeln.

2. Die Feststellungen des Berufungsgerichts über die tatsächlichen Verhältnisse in Bezug auf die Geschäftslokale der Beklagten ermöglichen es dem Senat, in der Sache selbst zu entscheiden. Danach verstößt die angegriffene Werbung der Beklagten, daß den Interessenten in R[REDACTED] zehn Häuser erwarteten, gegen § 3 UWG.

Das in den Gebäuden H[REDACTED]straße [REDACTED], H[REDACTED]straße [REDACTED], R[REDACTED]straße [REDACTED], R[REDACTED]straße [REDACTED] und R[REDACTED]straße [REDACTED] geführte Möbelgeschäft der Beklagten ist nach der Verkehrsauffassung nur ein "Haus" im Sinne der angegriffenen Werbung. Das Berufungsgericht hat festgestellt, daß diese Häuser im Inneren weitgehend zusammengefaßt sind, daß Übergänge und Durchgänge vom einen in das andere vorhanden sind und daß die Besucher an einem einheitlichen Empfang vorbeigeleitet werden. Das Gebäude H[REDACTED]straße [REDACTED], dessen Übergang in das dahinter liegende Gebäude H[REDACTED]straße [REDACTED] nicht ohne weiteres erkennbar ist, hat keinen selbständigen, eigenen Eingang, da eine vorhandene Glastür ständig verschlossen ist.

Danach handelt es sich - nach den vorstehenden Ausführungen (Ziff. 1) - bei diesem Komplex nur um ein "Haus", in dem die Beklagte eine selbständige Verkaufsstelle betreibt. Dergleichen ist dem Verkehr auch in keiner Weise fremd. In zahlreichen Städten, auch in größeren und in Großstädten, haben es die Verhältnisse mit sich gebracht, daß Einzelhandelsgeschäfte mehr als ein Gebäude im architektonischen Sinne umfassen und z.B. auch Ausgänge zu mehreren Straßen mit den entsprechenden Straßennummern haben. Die Vorstellung, daß ein solcher Geschäftskomplex vom Verkehr als mehrere Häuser angesehen und von dem Träger des Unternehmens auch entsprechend geworben würde, wird den tatsächlichen Verhältnissen und der Verkehrsübung im Einzelhandel nicht gerecht.

Entsprechendes gilt für die Gebäude Roßbachstraße 2 und 4; beide Gebäude sind auf allen sieben Geschossen miteinander verbunden, in dem einen befindet sich ein Aufzug, in dem anderen die Treppe, es gibt nur einen gemeinsamen Eingang. Es liegt danach auf der Hand, daß es sich hier nur um ein Haus der Beklagten handelt.

Das Küchenmöbelgeschäft in der Herrenstraße 9 ist kein Haus im Sinne der angegriffenen Werbung; es gehört praktisch zu dem gegenüberliegenden Stammhaus H■■■■straße ■■■■, und zwar schon deshalb, weil es nicht ständig mit Personal besetzt ist, sondern an der Glastür die Aufschrift trägt: "M■■■■-L■■■■, Küchenhaus, wenn geschlossen, kommen Sie bitte gegenüber ins Stammhaus". Das entspricht nicht den Erwartungen des Verkehrs an eine selbständige Verkaufsstelle von einiger Bedeutung.

Entsprechendes gilt für das lediglich einen Ausstellungsraum von 5 x 20 m im Erdgeschoß des Hauses H■■■■straße ■■■■ umfassende, mit einem besonders kleinen Schau-

fenster versehene Ladenlokal der Beklagten. Dieses ist nach der Aufschrift "Wenn geschlossen kommen Sie bitte ins Stammhaus Nr. [REDACTED]" ebenfalls zeitweilig geschlossen, nach dem Vorbringen des persönlich haftenden Gesellschafters der Beklagten bei der Ortsbesichtigung durch das Berufungsgericht allerdings ständig geöffnet, ohne daß dort Personal ist. In dem Verkaufsraum ist ein Telefon vorhanden und eine Aufschrift: "Wünschen Sie Auskunft oder Beratung? Bitte wählen Sie Nummer 11".

Zutreffend hat auch das Berufungsgericht in den Verkaufsmöglichkeiten in der R[REDACTED]straße [REDACTED] und in dem ehemaligen Fabrikantenwesen B[REDACTED]straße [REDACTED] die von der angegriffenen Werbung hervorgerufenen Publikumserwartungen schwerlich als erfüllt angesehen. Auch dabei handelt es sich in der Tat nach den Feststellungen des angefochtenen Urteils um keine "Häuser".

Schließlich kann offen bleiben, ob das zur Zeit der Ortsbesichtigung durch das Berufungsgericht im Umbau befindliche Geschäft G[REDACTED]markt [REDACTED] eine selbständige Verkaufsstelle eines Möbelgeschäfts ist. Dagegen sprach jedenfalls für die Zeit vor dem Umbau die Tatsache, daß nach dem Vorbringen der Beklagten der Eingang vom G[REDACTED]markt nicht geöffnet war, man vielmehr das Geschäft von der H[REDACTED]straße [REDACTED] oder mit Angestellten von der R[REDACTED]straße [REDACTED] und [REDACTED] betreten hatte.

Danach besitzt die Beklagte in R[REDACTED] drei bis allenfalls vier Häuser, so daß ihre Werbung mit zehn Häusern gegen § 3 UWG verstößt.

3. Zutreffend hat das Landgericht die Beklagte auch zur Auskunft über den Umfang der Werbung - als Vorbereitung für einen bezifferten Schadensersatzanspruch des Klägers - verurteilt und ihre Schadensersatzpflicht festgestellt. Der Kläger ist im räumlichen Bereich von R[REDACTED] und F[REDACTED] ihr Mitbewerber, so daß es nahe liegt, daß er durch die in erheblichem Maße irreführende Werbung der Beklagten einen Schaden erlitten hat.

III. 1. Danach war auf die Revision das angefochtene Urteil aufzuheben und die Berufung gegen das Urteil des Landgerichts Ravensburg zurückzuweisen. Der Senat hat keinen Anlaß gesehen, der Beklagten entsprechend ihrem zweitinstanzlichen Antrag eine Aufbrauchsfrist zu gewähren.

2. Die Hilfswiderklage der Beklagten war abzuweisen. Sie ist unzulässig, da sie der Klärung einer abstrakten Rechtsfrage dienen soll. Dafür fehlt es am Rechtsschutzbedürfnis. Wie sich aus dem diesbezüglichen Schriftwechsel der Parteien ergibt, hat es der Kläger abgelehnt, sich dazu zu erklären, ob er eine Werbung der Beklagten mit neun, acht oder sieben Häusern für erlaubt oder unerlaubt hält; insbesondere hat er die Beklagte nicht vorsorglich wegen einer solchen, bisher nicht durchgeführten Werbung abge-

mahnt. Unter diesen Umständen kann die Beklagte eine gerichtliche Klärung dieser Frage im Verhältnis zum Kläger nicht verlangen.

v. Gamm

Alff

Schönberg

Rebitzki

Zülch