

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 98/69

URTEIL

Verkündet am
26. Februar 1971
Z u g ,
Justizangestellter

**als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle**

in dem Rechtsstreit

der Firma Kaufhaus P [REDACTED] GmbH, S [REDACTED], L [REDACTED]-
platz, vertreten durch ihre Geschäftsführer Eduard P [REDACTED]
und Anni P [REDACTED], S [REDACTED], L [REDACTED],

Beklagten und Revisionsklägerin,

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

gegen

den Landesverband des Bayerischen Einzelhandels e.V.,
Regensburg, Richard-W [REDACTED]-Straße [REDACTED], vertreten durch
seinen Vorstand Dr. Egon Pa [REDACTED], dieser vertreten
durch den Hauptgeschäftsführer Dr. Werner H [REDACTED], M [REDACTED],
B [REDACTED] Straße [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 26. Februar 1971 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Dr. Sprenkmann, Dr. Merkel, Dr. Schönberg und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 3. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Nürnberg vom 1. Juli 1969 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die beklagte Gesellschaft betreibt in S [REDACTED] in Niederbayern ein Kaufhaus mit Zweigniederlassungen in K [REDACTED], D [REDACTED], S [REDACTED] und B [REDACTED]. Sie ist aus dem Einzelhandelsunternehmen hervorgegangen, das im Jahre 1939 unter der Firma "Eduard P [REDACTED]" in das Handelsregister des Amtsgerichts Straubing eingetragen worden war. 1957 wurde die Firma in "Kaufhaus P [REDACTED], Inh. Eduard P [REDACTED]" geändert; im Jahre 1963 wurde das Einzelhandelsunternehmen in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung umgewandelt. Geschäftsführer der GmbH waren und sind Eduard P [REDACTED] und seine Ehefrau.

Am 7. Oktober 1968 und an einigen der folgenden Tage ließ die Beklagte den Tageszeitungen "S [REDACTED]"

- 5 -

Tagblatt" und "D[REDACTED] Zeitung" Werbebeilagen beifügen, die auf der ersten Seite folgenden Text trugen:

60

Jahre

im Dienst am Kunden

P[REDACTED]

S[REDACTED] K[REDACTED] D[REDACTED] S[REDACTED] B[REDACTED]

Es gibt für Sie

kein Feuerwerk, keine Blasmusik, keine Artisten.
Das hätte alles viel Geld gekostet
sehr viel Geld sogar!

Dafür setzen wir Gewinne im Werte von 20.000 DM aus.

Ihr Treffpunkt heute wie vor 60 Jahren mit
Preisen wie zur "Guten alten Zeit" Ihr Kaufhaus P[REDACTED]

Die Beklagte ließ ferner in der gleichen Zeit in mehreren Tageszeitungen Werbeanzeigen veröffentlichen, die teils als Überschrift, teils an den Text angefügt die Wendungen enthielten:

"60 Jahre im Dienst am Kunden"

und

"Preise wie zur Guten alten Zeit".

Fünf Jahre zuvor, im Jahre 1963, hatte die Beklagte einen "Großen Jubiläumsverkauf" veranstaltet, den sie in einer vierseitigen Zeitungswerbbeilage wie folgt ankündigte:

Hinweis: Auch Teile der Urteilsammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.



Ein Vierteljahrhundert im Dienst am Kunden

25 Jahre P[REDACTED]

Deggendorf - Straubing - Kaufbeuren

Ein Vierteljahrhundert mit Ihnen verbunden!

Der Kläger, ein Einzelhandelsverband, der satzungsgemäß die gewerblichen Interessen seiner Mitglieder zu fördern hat, beanstandet die Werbung der Beklagten vom Oktober 1968 u.a. als irreführend im Sinne des § 3 UWG: Das Unternehmen sei nur 30 und nicht 60 Jahre alt.

Der Kläger hat im ersten Rechtszug beantragt,

der Beklagten mit Strafandrohung zu verbieten, in öffentlichen Bekanntmachungen, insbesondere in der Form von Zeitungsbeilagen, Zeitungsannoncen oder auch mittels Schaufensterwerbung anzukündigen:

"60 Jahre im Dienst am Kunden".

Die Beklagte hat erwidert, die Altersangabe 60 Jahre sei richtig. Das Stammhaus des heutigen Straubinger Kaufhauses sei von Eduard P[REDACTED] sen., dem Vater ihres Geschäftsführers Eduard Paul jun., im Jahre 1908 in Di[REDACTED] in Schwaben gegründet worden. Es bestehe heute noch. Aus diesem Stammhaus seien in der folgenden Zeit sämtliche Kaufhäuser "P[REDACTED]" hervorgegangen. Im Jahre 1934 habe Eduard Paul jun. das Di[REDACTED] Stammhaus geerbt. Im Jahre 1938 habe er ihm das S[REDACTED] Kaufhaus, das bis dahin seit 1905 unter der Firma August Si[REDACTED] geführt worden war und das er zuvor käuflich erworben habe, angeschlossen. Im Jahre 1948 habe er das Di[REDACTED] Unternehmen seinem jüngeren Bruder E[REDACTED] übergeben, der alsdann seinerseits

ein weiteres "P■■■■"-Kaufhaus in N■■■■ an der Donau eröffnet habe. Alle diese Geschäftshäuser seien auch jetzt noch miteinander verbunden. Sie firmierten alle einheitlich mit dem Namenszug "P■■■■", stimmten ihre Werbung aufeinander ab, tauschten Personal aus und seien in Käufer- und Lieferantenkreisen als einheitliches Unternehmen "Kaufhaus P■■■■" bekannt. Es bestünden außerdem Firmenverflechtungen gesellschaftsrechtlicher Art.

Der Kläger behauptet dagegen, das Unternehmen der Beklagten in Straubing und das im Jahre 1908 gegründete Kaufhaus P■■■■ in Di■■■■ seien weder rechtlich noch personell so miteinander verknüpft, daß die Beklagte sich darauf in ihrer Alterswerbung berufen könne.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Beklagten zurückgewiesen. Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klagabweisungsantrag weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht ist der Auffassung, die Beklagte mache mit der Verwendung des Werbespruchs "60 Jahre im Dienst am Kunden" unrichtige Angaben im Sinne des § 3 UWG über das Alter ihres Unternehmens. Mindestens von dem größten Teil des Käuferpublikums werde die Werbung in dem Sinne verstanden, daß sich das Unternehmen selbst ein Alter von 60 Jahren beilege und auf eine ebenso lange eigene Geschäftstradition zurückblicken zu können behaupte. Das

sei aber unrichtig, da das Unternehmen der Beklagten in Straubing erst im Jahre 1938 eröffnet worden sei. Ein durch Rechtsnachfolge begründeter Zusammenhang liege nicht vor, da Eduard Paul jun. das geerbte Di [REDACTED] Unternehmen als Ganzes in andere Hände gegeben und sich auf sein S [REDACTED] Unternehmen beschränkt habe. Die behaupteten Verknüpfungen und Verflechtungen seien auch nicht geeignet, ihre Werbung mit einem Alter von 60 Jahren als zulässig erscheinen zu lassen, weil das Käuferpublikum solche Verknüpfungen normalerweise nicht erkennen könne; die Kaufhäuser der Di [REDACTED] und der S [REDACTED] Unternehmensgruppe lägen räumlich viel zu weit auseinander, als daß der Durchschnittskäufer die Übereinstimmungen in der Firmenbezeichnung, in der Werbung sowie in dem Personalaustausch wahrnehmen könnten. Die behaupteten Firmenverflechtungen gesellschaftlicher Art seien von der Beklagten auch nicht näher erläutert worden, so daß es schon deswegen nicht möglich sei, eine Feststellung dahin zu treffen, daß alle Kaufhäuser Paul eine zusammengehörige, aus dem Dillinger Stammunternehmen in organischer Weiterentwicklung hervorgegangene Einheit darstellten.

II. Die dagegen gerichteten Revisionsangriffe sind nicht begründet.

Ob eine Werbebehauptung irreführend im Sinne des § 3 UWG ist, hängt davon ab, welche Aussage ihr die angesprochenen Verkehrskreise entnehmen und ob diese Aussage mit den Tatsachen übereinstimmt. Das Berufungsgericht stellt dazu fest, mindestens der größte Teil des Käuferpublikums verstehe die Werbung "60 Jahre Dienst am Kunden" dahin, das werbende Unternehmen lege sich selbst

ein Alter von 60 Jahren bei und behaupte, auf eine ebenso lange eigene Geschäftstradition zurückblicken zu können. Diese nicht ganz eindeutige Formulierung will das Berufungsgericht offenbar dahin verstanden wissen, das Unternehmen der Beklagten bestehe nach dieser Werbeaussage bereits 60 Jahre in S. [REDACTED] und zwar unter der Firma Paul oder Kaufhaus Paul. Dies ist daraus zu entnehmen, daß das Berufungsgericht als Beweis für die Unrichtigkeit dieser Behauptung anführt, das Unternehmen der Beklagten in Straubing sei unstreitig erst im Jahre 1938 eröffnet worden und in der Zeit vorher habe es weder in Straubing noch in dessen näherer Umgebung ein Kaufhaus Paul gegeben (BU 12).

Diese Feststellung des Berufungsgerichts, wonach jedenfalls ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise die beanstandete Werbung dahin versteht, in S. [REDACTED] bestehe seit 60 Jahren ein Kaufhaus P. [REDACTED], ist entgegen der Ansicht der Revision aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Diese Feststellung schließt zwar nicht aus, daß die Werbung "60 Jahre im Dienst am Kunden" auch dahin verstanden werden kann, das Unternehmen bestehe ganz unabhängig von seiner jetzigen Lage in Straubing und Umgebung bereits 60 Jahre. Die Formulierung ist in dieser Hinsicht mehrdeutig und eine Alterswerbung kann, wie die in der Rechtsprechung entschiedenen Fälle zeigen, auf durchaus verschiedene Anknüpfungspunkte bezogen werden, wie z.B. die Familientradition (vgl. BGH GRUR 1951, 412 - Graphia), Beziehungen zu einem "Stammhaus" (vgl. DW 5/54), das Gründungsjahr des Unternehmens (vgl. BGH GRUR 1960, 563 - Sektwerbung; GRUR 1962, 310 - Gründerbildnis), das Bestehen unter dieser Firma (vgl. RG JW 1933, 3755) usw..

Wird aber eine Werbung, wie hier, wegen Mehrdeutigkeit unterschiedlich verstanden, so ist sie schon dann unrichtig, wenn auch nur ein nicht völlig unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise sie in einem unrichtigen Sinne versteht (BGH GRUR 1960, 567, 569 - Kunstglas st. Rspr.), wie das hier der Fall ist, wenn ein Teil des Publikums die Werbung auf ein Bestehen des Betriebes in Straubing bezieht.

Unter diesen Umständen kann dahingestellt bleiben, ob die Beklagte sich etwa im Hinblick auf eine Familientradition oder auf noch bestehende Beziehungen zu der 1908 in Di[REDACTED] gegründeten Firma P[REDACTED] auf ein Alter von 60 Jahren berufen dürfte. Denn wenn dies der Fall wäre, müßte eine solche Werbung jedenfalls eindeutig sein und müßte die Vorstellung ausschließen, ihr Unternehmen bestehe bereits 60 Jahre in S[REDACTED].

III. Die Revision rügt ferner Verletzung der §§ 156, 286 ZPO, 3 UWG mit der Begründung, das Berufungsgericht hätte die mündliche Verhandlung wiedereröffnen müssen, damit die im nachgereichten, aber nicht nachgelassenen Schriftsatz vom 30. Juni 1969 aufgestellten Behauptungen über Firmenverflechtungen durch gegenseitige stille Beteiligung von je DM 5.000,-- zwischen den beiden Firmengruppen P[REDACTED] in den Prozeß eingeführt werden könnten. Diese Rüge hat jedoch keinen Erfolg, weil es für die Frage, ob die Beklagte ihr Geschäft seit 60 Jahren in S[REDACTED] führt, auf eine solche Verflechtung nicht ankommen kann. Ebensowenig ist es dafür von Bedeutung, ob die Beklagte, wie sie behauptet, bei der Werbung und Firmenführung mit der Di[REDACTED] Firma gemeinsam auftritt.

Die Revision war danach mit der Kostenfolge aus
§ 97 ZPO zurückzuweisen.

Krüger-Nieland	Sprenkman	Merkel
Schönberg	v. Gamm	