

Verkündet
am 1. April 1960
runau, Justizhauptsekretär,
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 S [REDACTED] Chemie GmbH, D [REDACTED], W [REDACTED]-
straße [REDACTED], vertreten durch den Geschäftsführer Karl
B [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

die Firma K [REDACTED] & Co. KG, M [REDACTED]-N [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 1. April 1960 unter Mitwir-
kung der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Dr. Weiß,
Dr. Löscher, Jungbluth und Pehle

für Recht erkannt:

Die Revision der Klägerin gegen das Urteil des
6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Karls-
ruhe vom 12. Dezember 1958 wird auf ihre Kosten
zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die im Jahre 1951 gegründete Firma der Klägerin, die derzeit drei Angestellte beschäftigt, stellt seit Jahren eine Reinigungspaste SZ 52 her, die sie u.a. in weißen und grauen Emailleemern vertreibt. Ein auf den Eimern aufgebrachter blaugrüner Aufklebezettel zeigt das Zeichen SZ 52, das auch in der Prospektwerbung Verwendung findet. Im Bezirk Mainz und Umgebung war für die Klägerin seit dem Jahre 1955 der Handelsvertreter B. [REDACTED] als Alleinvertreter tätig. Ende des Jahres 1956 kam es zwischen ihm und der Klägerin zu Differenzen. B. [REDACTED] bewarb sich bei der Beklagten und führte in seinem Bewerbungsschreiben vom 28. Dezember 1956 u.a. an, daß er als Vertreter eines bedeutenden chemischen Unternehmens arbeite, für das er nachweislich 640 neue Kunden geworben habe; mit seinen Kunden könne er den Kundenstamm der Beklagten sehr vergrößern, wenn nicht sogar verdoppeln. In einer darauffolgenden Besprechung Ende Januar 1957 erklärte er der Beklagten, er werde wegen der mit der Klägerin aufgetretenen Meinungsverschiedenheiten sein bisheriges Vertragsverhältnis fristlos und aus wichtigem Grunde kündigen, sobald er eine neue Anstellung gefunden habe. Ab 1. Februar 1957 arbeitete B. [REDACTED] in seinem früheren Vertreterbezirk nunmehr für die Beklagte, die bis dahin ihre Reinigungspaste unter der Bezeichnung "Panfix" auf den Markt gebracht hatte. Von dem Zeitpunkt des Übertritts des Vertreters B. [REDACTED] ab führte die Beklagte für ihre Produkte die neue Bezeichnung SR 57 und später die Bezeichnung R 67 ein, brachte einen dem klägerischen Prospekt nach Aufbau und Text ähnlichen Prospekt heraus und versah ihre Waren mit einer SZ 52-ähnlichen Aufmachung, indem sie ebenfalls weiße Emailleemier und einen blaufarbenen

- 3 -

Aufklebezettel verwendete. Diese Ware vertrieb B [REDACTED] nunmehr in seinem alten Vertreterbezirk. Mit Schreiben vom 4. Februar 1957 ließ die Klägerin die Beklagte darauf hinweisen, daß B [REDACTED] bei ihr in unkündbarer Stellung beschäftigt sei. Die Rückfrage der Beklagten hat B [REDACTED] dahin beantwortet, daß er auf Verlangen der Klägerin am 3. Februar 1957 seinen Vertreterwagen habe zurückgeben müssen, womit seine Tätigkeit für die Klägerin beendet gewesen sei. Die Beklagte antwortete daraufhin der Klägerin, daß sie ein Streit zwischen der Klägerin und B [REDACTED] nicht berühre. Die Frage der Wirksamkeit der vorzeitigen Vertragsauflösung ist Gegenstand eines vor dem Landgericht Düsseldorf anhängigen Rechtsstreits zwischen der Klägerin und B [REDACTED].

Die Klägerin ist der Auffassung, die Handlungsweise der Beklagten stelle einen Wettbewerbsverstoß dar. Sie sei mit den Anschauungen eines anständigen Gewerbetreibenden und mit dem geordneten Gang des redlichen Verkehrs unvereinbar.

Sie hat beantragt,

der Beklagten zu untersagen, ein Reinigungsmittel unter der Bezeichnung R 57, R 67 oder einer anderen Bezeichnung durch Verwendung eines oder mehrerer Buchstaben mit einer Zahl durch den Vertreter B [REDACTED]

oder unter Verwendung des Prospektes R 67 oder eines gleichen Prospektes, bei dem lediglich die Zahlenangabe verschieden ist,

zu verkaufen oder zum Verkauf anzubieten.

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt. Sie hat bestritten, daß ihr ein wettbewerbswidriges Verhalten zur Last falle.



Das Landgericht hat unter Klageabweisung im übrigen und Kostenteilung der Klage insoweit stattgegeben, als der Beklagten untersagt ist, durch B. in dem Gebiet, das er für die Klägerin bearbeitet hat, ein Reinigungsmittel unter der Bezeichnung R 57, R 67 oder einer anderen aus mehreren Buchstaben und einer Zahl zusammengesetzten Bezeichnung oder unter Verwendung des Prospektes R 67 oder eines gleichen Prospektes, bei dem lediglich die Zahlenangaben verschieden sind, zu verkaufen oder zum Kauf anzubieten.

Gegen dieses Urteil haben die Klägerin Berufung und die Beklagte Anschlußberufung eingelegt.

Die Klägerin hat ihre in erster Instanz gestellten Klageanträge aufrechterhalten.

Sie ist der Auffassung, daß das wettbewerbswidrige Verhalten der Beklagten - entgegen der Ansicht des angefochtenen Urteils - ein Verbot für das ganze Bundesgebiet rechtfertige.

Die Beklagte hält die Klage in vollem Umfange für unbegründet.

Das Berufungsgericht hat beide Berufungen mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß die Kosten beider Instanzen zu 4/5 die Klägerin und zu 1/5 die Beklagte zu tragen hat.

Hiergegen richtet sich die Revision der Klägerin. Sie beantragt, nach den in der Berufungsinstanz gestellten Anträgen zu erkennen. Die Beklagte bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

In Übereinstimmung mit dem Landgericht hat das Berufungsgericht das Verhalten der Beklagten nur insoweit als wettbewerbswidrig angesehen, als die von der Klägerin beanstandeten Wettbewerbshandlungen durch den Vertreter B in einem Bezirk vorgenommen sind, für den er bisher von der Klägerin eingesetzt worden war. Die Revision der Klägerin wendet sich gegen diese geographische Begrenzung und hält eine räumliche Ausdehnung des Verbots auf das ganze Gebiet der Bundesrepublik für geboten. Dieser Auffassung der Revision kann nicht beigetreten werden.

Das Berufungsgericht geht von der unter den Parteien unstreitigen Tatsache aus, daß die Klägerin weder Warenzeichenschutz genießt noch ihr Ausstattungsrechte an der Bezeichnung und Aufmachung ihrer Ware oder an dem verwendeten Prospektmaterial zustehen.

Folgerichtig hat das Berufungsgericht untersucht, ob etwa das Gesamtverhalten der Beklagten den Anschauungen eines verständigen und gerecht denkenden Gewerbetreibenden widerspricht und aus diesem Grund die Voraussetzungen des § 1 UWG erfüllt sind. Bei dieser Prüfung befindet sich das Berufungsgericht in Übereinstimmung mit der ständigen höchstgerichtlichen Rechtsprechung, wonach die Nachahmung einer Warenaufmachung oder einer Werbung seitens eines Mitbewerbers nicht ohne weiteres gegen die guten Sitten verstößt, sondern es jeweils von einer Prüfung der Umstände des Einzelfalls abhängt, ob ihr besondere Unlauterkeitsmerkmale anhaften. Dieser Grundsatz gilt insbesondere dann, wenn eine Warenkennzeichnung keine Eigenart aufweist, die geeignet wäre, als Kenn-

zeichen für die Herkunft und Güte der betreffenden Waren gewertet zu werden (vgl. BGH in LM UWG § 1 Nr. 57 - Deutschlanddecke). Für die Nachahmung einer Werbung durch das zur Verteilung gelangende Prospektmaterial kann nichts anderes gelten. Enthalten die Prospekte, in denen eine Partei für ihre Waren wirbt, keinen neuen, eigenartigen und selbständigen Gedanken, so kann in ihrer bloßen Nachbildung auch nicht ohne weiteres ein wettbewerbswidriges Verhalten erblickt werden (vgl. RG in GRUR 1940, 373, 374).

Das Berufungsgericht hat demzufolge zu Recht geprüft, ob die Klägerin "eigenartige" Werbemethoden angewandt hat, die es unter Würdigung der besonderen Umstände des Streitfalles rechtfertigen könnten, die Handlungsweise der Beklagten als wettbewerbswidrig anzusehen. Es vertritt die Auffassung, daß weder die von der Klägerin für die Kennzeichnung ihrer Waren gewählte Buchstaben-Zahlenkombination noch die Aufmachung ihrer Waren im übrigen charakteristisch oder eigenartig seien. Das gleiche gelte von dem Prospektmaterial der Klägerin. Die Klägerin habe nur durch Vorsprache ihres Vertreters bei den in Betracht kommenden Abnehmerkreisen mit der Ware selbst und unter Verwendung ihres Prospektes SZ 57 geworben. Eine großzügige Zeitungs-, Kino-, Rundfunk- oder Plakatwerbung habe nicht stattgefunden. Daher habe auch das Erinnerungsbild des mit Werbungen überhäuften Verbrauchers nicht durch die von der Klägerin verwendeten Werbemittel bestimmt werden können. Ohne Rechtsirrtum leitet das Berufungsgericht aus alledem her, daß selbst eine planmäßige und zielbewußte Nachahmung der nicht unter Sonderschutz stehenden Aufmachung der klägerischen Waren und ihrer Werbeprospekte nicht gegen die Grundsätze des lauterer Wettbewerbs verstoße.

Das Berufungsgericht hat sich darüber hinaus indessen die Frage vorgelegt, ob die Beklagte etwa unter Berücksichtigung der "ähnlichen" Aufmachung der Ware sowie des verwendeten "ähnlichen" Prospektmaterials in Verbindung mit dem Umstand, daß die Beklagte den Vertreter B. in seinem früheren, zugunsten der Klägerin betreuten Bezirk eingesetzt hat, die Grenzen des lautereren Wettbewerbs überschritten habe. Diese Frage bejaht es, indem es darlegt, daß die Konzentration der von der Beklagten angewendeten Wettbewerbsmittel zur Erringung des klägerischen Kundenkreises und zur Verdrängung des klägerischen Produktes durch den Einsatz des früheren Vertreters der Klägerin eine über das Maß der wettbewerblich zulässigen Konkurrenzbetätigung hinausgehende Gefahr der Irreführung des Verkehrs darstelle. Unlauter sei, so führt das Berufungsgericht aus, den früheren Vertreter der Klägerin gerade in demjenigen verhältnismäßig begrenzten Marktsektor einzusetzen, den er ehemals für die Klägerin bearbeitet habe, wobei zusätzlich ins Gewicht falle, daß die nach Umhüllungsart, Farbe und Buchstaben-Zahlenkombination nachgebildete Aufmachung erst in dem Zeitpunkt der Übernahme des Vertreters in die Dienste der Beklagten gewählt worden seien.

Die verwechslungsfähige Annäherung in der Aufmachung und Kennzeichnung der Ware sei auch kein Zufall oder materialbedingte Übereinstimmung gewesen, sondern habe im Zusammenhang gesehen nur den Zweck verfolgen können, den an die klägerische Aufmachung und an die Person des Vertreters B. gewohnten Verkehr bei flüchtigem Hinsehen und Hören zu täuschen. Die bewußt gewählte Ähnlichkeit der Warenkennzeichnung hätte es bedingt, die Kunden eindeutig und nachhaltig auf die Verschiedenheit der Ware hinzuweisen. Eine solche Klärung habe nicht durch einen - von der Beklagten behaupteten - kurzen Hinweis des Vertreters erfolgen können. Es sei unlauter, unter

den gegebenen Umständen und in Kenntnis nicht geklärter Differenzen über die fortdauernde vertragliche Bindung eines Vertreters an die Konkurrenzfirma Kunden abzuwerben.

In Anbetracht der mangelnden Eigenart der von der Klägerin gewählten Kennzeichnung ihrer Waren und des von ihr verwendeten Prospektmaterials rechtfertigt dieser Tatbestand indessen nach Auffassung des Berufungsgerichts die Annahme der Gefahr einer Irreführung des Publikums nur dann, wenn die Erzeugnisse der Klägerin von dem Vertreter B. in dem gleichen räumlichen Gebiet angeboten werden, in dem er bisher für die Klägerin tätig geworden war. Ein Verbot, das Erzeugnis R 67 durch B. auch in den übrigen Teilen der Bundesrepublik vertreiben zu lassen, ist hiernach nach Ansicht des Berufungsgerichts nicht begründet.

Die Revision ist demgegenüber der Auffassung, daß bereits die vom Berufungsgericht festgestellten Tatumstände genügten, um die Wettbewerbswidrigkeit des Verhaltens der Beklagten auch insoweit zu bejahen, als sie sich des Vertreters B. oder des beanstandeten Prospektmaterials zur Werbung für ihre Waren auch außerhalb des räumlichen Gebietes bediente, in dem Bellarz früher für die Klägerin tätig geworden ist. Die Beklagte habe sich, so meint die Revision, zu einer unlauteren Werbung für das ganze Bundesgebiet entschieden, indem sie - mit Wirkung für dieses ganze Gebiet - die neue Bezeichnung SR 57 eingeführt, ihre Waren mit einer SZ 52 ähnlichen Aufmachung versehen und den Vertreter B. für ihre in großen Bezirken der Bundesrepublik eingeführten Erzeugnisse bestellt habe.

Bei diesen Angriffen der Revision wird nicht ganz klar, worin sie einen Rechtsfehler des angefochtenen Urteils erblicken will. Soweit die Revision geltend macht, daß die vom Berufungsgericht festgestellten Tatumstände bereits für die Annahme eines Wettbewerbsverstoßes ausreichen, kann ihr Vortrag ersichtlich nicht dahin verstanden werden, daß sie etwa entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts der Kennzeichnung der Waren oder der Prospektwerbung der Klägerin allein eine genügende charakteristische Eigenart zuerkannt wissen will, die auch ohne die zusätzliche Tätigkeit des Vertreters einen Schutz nach Wettbewerbsrecht rechtfertigen würde. Jedenfalls hat sie nichts dafür dargetan, daß das Berufungsgericht bei der Würdigung von Eigenart und Kennzeichnungskraft der Werbemaßnahmen der Klägerin von rechtsirrtümlichen Erwägungen ausgegangen ist. Andererseits vermag auch ihr Vortrag, die Beklagte habe sich für das ganze Bundesgebiet für eine unerlaubte Werbung entschieden, die von der Klägerin erstrebte Erstreckung des Verbots über das vom Berufungsgericht begrenzte Gebiet hinaus nicht zu begründen. Selbst wenn von der Beklagten ein solcher Entschluß gefaßt sein sollte, würde er der Klägerin unter den gegebenen Umständen nur für den Fall ein Untersagungsrecht gewähren können, daß sich aus ihm eine Gefahr herleiten ließe, die Abnehmer der Erzeugnisse würden auch unabhängig von der früheren Tätigkeit des Vertreters Bellarz für die Klägerin unrichtige gedankliche Verbindungen zwischen den Herkunftsstätten der Erzeugnisse der Parteien herstellen. Gerade eine solche Gefahr hat das Berufungsgericht indessen aus tatsächlichen Gründen zutreffend verneint. Der Vortrag der Revision, es sei unstreitig, daß das Reinigungsmittel SZ 52 der Klägerin in großen Bezirken der Bundesrepublik eingeführt worden sei, entspricht nicht den Tatsachen. Die Beklagte ist dieser Behauptung der Klägerin bereits in ihrem Schrift-

satz vom 6. Juni 1958 entgegengetreten, ohne daß das Bestreiten der Klägerin Veranlassung gegeben hätte, für ihre Behauptung Beweis anzutreten. Im übrigen aber besagt dieser Vortrag in dem vorliegenden Zusammenhang nichts. Denn auch die Revision behauptet nicht, die Reinigungsmittel der Klägerin seien etwa durch den Vertreter B. in diesem Gebiet, also auch außerhalb des von ihm zugunsten der Klägerin bearbeiteten Bezirks, zum Verkauf angeboten worden. In Wahrheit würde der Standpunkt der Revision demnach auf einen Ausschließlichkeitsschutz der Warenaufmachung sowie der Prospekte der Klägerin hinauslaufen, der ihnen nach der rechtsirrtumsfreien Auffassung des Berufungsgerichts gerade nicht zugebilligt werden kann.

Es ist auch rechtlich fehlsam, wenn die Revision meint, es bestehe jedenfalls eine objektive Verwechslungsgefahr im erweiterten Sinn. Kann das Publikum durch die Warenaufmachung und die von der Beklagten verwendeten Prospekte allein nicht irregeführt werden, so unterliegt es auch nicht der Gefahr, das Bestehen von geschäftlichen oder organisatorischen Beziehungen zwischen den Parteien zu vermuten. Die Bezugnahme der Revision auf die Entscheidungen des Senats GRUR 1957, 281 - Karo As - und 1957, 275 - Revue - geht fehl, weil diesen Entscheidungen eine Verkehrsdurchsetzung der Kennzeichen zugrundelag, an der es im Streitfall gerade fehlt.

Auch die von der höchstrichterlichen Rechtsprechung entwickelten Grundsätze zum "planmäßigen" Anhängen an eine fremde Werbung rechtfertigen es nicht, das Unterlassungsgebot auf die gesamte Bundesrepublik zu erstrecken, weil die Gefahr eines unlauteren Einbruchs in den Kundenkreis der Klägerin für diejenigen Gebiete ausscheidet, in denen Bellarx keine Vertretertätigkeit für die Klägerin entfaltet hat.

Wenn die Revision schließlich darauf verweist, daß bei der Beurteilung der Frage, ob eine beanstandete Werbung unlauter ist, auch die Fortwirkung einer früheren unlauteren Werbeart zu berücksichtigen sei, erledigt sich diese Frage mit der Erwägung, daß außerhalb des bisher von dem Vertreter bearbeiteten Bezirks von einer fortdauernden Wirkung nicht gesprochen werden kann, weil der Vertreter dort niemals aufgetreten ist.

Da den Klageanträgen von dem Berufungsgericht nur in einem sehr beschränkten Umfang stattgegeben ist, indem das Verbot der Verwendung des beanstandeten Werbeprospektmaterials (Klageantrag zu 1 b) von dem gleichzeitigen Tätigwerden des Vertreters Bellarz abhängig gemacht ist und sich das Verbot im übrigen nur auf einen recht begrenzten Bezirk erstreckt, sind auch gegen die Kostenentscheidung des Berufungsgerichts keine rechtlichen Bedenken zu erheben.

Nach alledem ist die Revision mit der Kostenfolge aus
§ 97 ZPO in vollem Umfange zurückzuweisen.

Krüger-Nieland

Weiß

Löscher

Jungbluth

Pehle