

Nachschlagewerk: ja
Amtliche Sammlung: nein

UWG § 1

Im Rahmen privater Geschäftswerbung verstößt das Ansprechen von Straßenpassanten mit dem Ziel, sie zum Betreten eines in der Nähe aufgestellten Werbewagens zu veranlassen, gegen die Grundsätze eines lautereren Wettbewerbs.

BGH, Urt.v.4.Dezember 1964 - Ib ZR 38/63 - OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

Ib ZR 38/63

Verkündet am

4. Dezember 1964
Zug, Justizangest.

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Be [REDACTED] GmbH, [REDACTED] G [REDACTED] / W [REDACTED],
E [REDACTED] straße [REDACTED] - [REDACTED], vertreten durch ihren Geschäfts-
führer Reinhard M [REDACTED], ebenda,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma D [REDACTED] Bi [REDACTED] - V [REDACTED] gesellschaft mbH,
Da [REDACTED], S [REDACTED] straße [REDACTED], vertreten durch ihren Geschäfts-
führer Dr. Klaus B [REDACTED], ebenda,

Klägerin und Revisionsbeklagte,

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

- 2 -

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 4. Dezember 1964 unter Mitwirkung der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Pehle, Dr. Jungbluth, ~~Sprengmann~~, Dr. Mösl und Alff

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Düsseldorf vom 22. Februar 1963 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin wirbt für die Mitgliedschaft in der "D[REDACTED] Bu[REDACTED]", die Beklagte für den "Be[REDACTED] L[REDACTED] - und Sch[REDACTED]".

Die Beklagte setzt zur Werbung Kleinbusse ein, die auf den Seitenflächen die Aufschrift "Be[REDACTED] L[REDACTED]" und "Be[REDACTED] Sch[REDACTED]" tragen und im Innern mit Sitzgelegenheiten, Tischen, Werbematerial und Erzeugnissen der Beklagten ausgestattet sind.

Die Wagen werden mit Genehmigung der Straßenverkehrsbehörden auf Straßen und Plätzen aufgestellt.

Die Beklagte setzt die Wagen in der Weise ein, daß einer ihrer Beauftragten auf der Straße oder auf dem Platz in Sichtweite des Wagens an Passanten herantritt und diese etwa mit der Wendung anspricht: "Interessieren Sie sich für Bücher oder Schallplatten?" Wenn er meint, der Passant sei interessiert, fährt der Beauftragte fort: "Dann

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



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

lade ich Sie zum Besuch des Ausstellungswagens ein."

Die Klägerin hält diese Werbung für unzulässig. Sie hat vorgetragen, angesichts der Erfolge der Beklagten seien die Konkurrenten zu gleichen Methoden gezwungen; das werde schließlich zu einer unerträglichen Belästigung der Umworbenen führen.

Sie hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, für die Mitgliedschaft in ihrem L[REDACTED] durch individuelles Ansprechen von Passanten auf öffentlichen Straßen, Wegen und Plätzen zu werben, sofern dies geschieht, ohne daß die Passanten eine entsprechende Aufforderung an die Beauftragten der Beklagten gerichtet oder einen entsprechenden Wunsch zum Ausdruck gebracht haben.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie hat vorgetragen, ihre Werbung sei neuartig; das Ansprechen sei nur ein Teil der Gesamtwerbung. Die Angesprochenen würden nicht erheblich belästigt; sie könnten weitergehen, zumal die Werber angewiesen seien, sich höflich und zurückhaltend zu betätigen. Überdies werde durch die Straßenverkehrsbehörde dafür gesorgt, daß das Publikum nicht in unzumutbarer Weise belästigt werde; die Belästigung gehe nicht über die Werbung der Zeitungen, Lotterien und Sammlungen auf den Straßen hinaus. Etwaige künftige Entwicklungen dürften bei der Frage nach der Zulässigkeit der beanstandeten Werbung nicht berücksichtigt werden.

Das Landgericht hat der Klage mit der Begründung stattgegeben, die Werbemethode der Beklagten verstoße gegen die guten Sitten, weil sie zu einer unzumutbaren Belästigung der einzelnen führe und die Gefahr eines gleichartigen Verhaltens der Mitbewerber und damit einer unerträglichen Belästigung heraufbeschwöre. Die Entscheidung der Straßenverkehrsbehörde binde das Gericht nicht.

Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Beklagten zurückgewiesen. Mit der Revision erstrebt die Beklagte die Abweisung der Klage; die Klägerin bittet, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. 1. Das Oberlandesgericht hat den gegen die Beklagte geltend gemachten Unterlassungsanspruch gemäß § 1 UWG für begründet erachtet. Nach seiner Auffassung verstößt die von der Beklagten durch individuelles Ansprechen von Straßenpassanten vorgenommene Werbung gegen die guten Sitten des geschäftlichen Verkehrs, sofern sie geschieht, ohne daß die Passanten eine entsprechende Aufforderung an die Beauftragten der Beklagten gerichtet oder einen entsprechenden Wunsch zum Ausdruck gebracht haben. Das Oberlandesgericht führt dazu aus, diese Methode widerspreche einer in Deutschland anerkannten und langjährig ausnahmslos geübten Wettbewerbs-sitte, wonach es unstatthaft ist, auf der Straße durch Ansprechen von Einzelpersonen mit dem Ziel zu werben, diese zum Betreten des Geschäftslokals zu bestimmen.

2. Diese Erwägungen des Oberlandesgerichts sind aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Nach der ständigen Rechtsprechung des früheren I. Senats, dem sich der erkennende Senat anschließt, verstößt ein Verhalten im Wettbewerb nicht nur dann gegen die guten Sitten, wenn es dem Anstandsgefühl der beteiligten Verkehrskreise, d.h. des redlichen und verständigen Durchschnittsgewerbetreibenden des betreffenden Gewerbebezweiges widerspricht, sondern auch dann, wenn die fragliche Wettbewerbsmaßnahme von der Allgemeinheit mißbilligt und für untragbar angesehen wird; denn § 1 UWG will nicht nur die Mitbewerber vor unlauterem Wettbewerb schützen, sondern auch die Allgemeinheit vor Wettbewerbsauswüchsen bewahren (BGH GRUR 1960, 558, 561 - Volkswagen; BGH GRUR 1955, 541 - Bestattungswerbung; BGHZ 19, 392, 396 - Anzeigenblatt; BGH GRUR 1959, 277, 279 - Künstlerpostkarten). Untragbar ist eine Wettbewerbsmaßnahme jedenfalls dann, wenn sie das mit jeder Werbung mehr oder weniger verbundene noch tragbare Maß der Belästigung übersteigt (BGHZ 19, 392, 396 - Anzeigenblatt; BGH GRUR 1959, 285, 287 - Bienenhonig; BGH GRUR 1959, 277, 279 - Künstlerpostkarten).

Ohne Rechtsverstoß geht das Oberlandesgericht davon aus, daß das individuelle Ansprechen von Straßenpassanten vor Ladengeschäften mit dem Ziel, diese zum Betreten des Geschäftslokals zu bestimmen, nach einer in Deutschland anerkannten und langjährig ausnahmslos geübten Wettbewerbssitte dieses Maß der noch tragbaren Belästigung übersteigt und damit den anständigen Gebräuchen auf dem Gebiet des Wettbewerbs zuwiderläuft.

Diese Wettbewerbssitte findet ihre innere Rechtfertigung in einem angemessenen Schutz der Individualsphäre gegenüber dem wirtschaftlichen Gewinnstreben Dritter. Zumindest bei einem Teil der angesprochenen Passanten entstehen durch das individuelle Ansprechen auf der Straße zu Werbezwecken aus einer gewissen Verlegenheit Hemmungen; diese lösen wiederum das Gefühl aus, in der Entscheidungsfreiheit beschränkt zu sein, und erwecken dadurch ein spürbares Unbehagen und Unlustgefühl; es ist bekannt, daß allein auf Grund dieser gewissen Zwangslage nicht wenige Menschen veranlaßt werden, diesen Zustand durch eine wirtschaftliche Bindung zu beenden. Es gelten auch hier in gewissem Sinne die für die Zusendung unbestellter Waren entwickelten Grundsätze, daß nämlich der Empfänger durch die Zwangslage, in die er versetzt worden ist, in seiner Entschlußfreiheit unzulässig beeinträchtigt wird und schließlich die Ware oftmals nur kauft, um weiteren Belästigungen zu entgehen (BGH GRUR 1959, 277, 279 - Künstlerpostkarten).

Zu Unrecht meint die Revision, die von ihr für die Werbung vor festliegenden Verkaufsstätten nicht in Zweifel gezogene Verkehrssitte, die es verbietet, Passanten vor Ladengeschäften anzusprechen und zum Betreten des Ladens aufzufordern, könnte auf eine entsprechende Werbung vor beweglichen Werbewagen nicht übertragen werden. Sie erblickt einen entscheidenden Unterschied darin, daß anders als bei festen Geschäftslokalen hier eine Massierung der Belästigung durch gleichartige Werbemaßnahmen von Mitbewerbern und damit eine ins Gewicht fallende Behinderung des Straßenverkehrs nicht zu befürchten sei, weil der Werbewagen nur mit polizeilicher Genehmigung seinen Standort einnehmen könne und Nachahmer dieser Werbemethode daher in so erheblicher Entfernung bleiben müßten, wie sie die

Ordnungspolizei zur Vermeidung von Verkehrsstörungen für geboten halte. Hiermit verkennt die Revision, daß die Unzulässigkeit der Werbung durch individuelles Ansprechen von Passanten nicht - oder doch jedenfalls nicht ausschlaggebend - auf der Gefahr einer Behinderung des flüssigen Ablaufs des Straßenverkehrs, sondern darauf beruht, daß der Passant durch solche Werbemaßnahmen gezwungen wird, gegen seinen Willen sein Augenmerk auf eine wirtschaftliche Maßnahme zu richten und sich zu entscheiden, ob er der Aufforderung, das Geschäftslokal zu betreten, folgen oder sie abweisen will. Diese sich aus einer solchen Werbung ergebende Belästigung ist aber in ihrem Ausmaß unabhängig davon, ob es sich bei dem Geschäftslokal um einen festen Laden oder einen beweglichen Werbewagen handelt.

Die Revision irrt daher auch in der Annahme, das Ansprechen verstoße erst dann gegen die guten Sitten, wenn zu befürchten sei, es werde diese Methode allgemein von den Mitbewerbern angewendet werden. Dieser Gesichtspunkt soll nur in Zweifelsfällen - d.h. wenn die Beurteilung der konkreten Maßnahme in ihrem gegenwärtigen Umfang zu keinem eindeutigen Ergebnis führt - eine sichere Klärung ermöglichen (BGH GRUR 1960, 431, 432 - Straßenhandel).

3. Entgegen der Auffassung der Revision kommt es auch nicht darauf an, ob die Werbung mit Kleinbussen neuartig ist oder nicht und ob das Schwergewicht dieser Werbung in dem Werbegespräch liegt, das innerhalb des Werbewagens stattfindet. Denn die beanstandete Maßnahme, nämlich das individuelle Ansprechen von Straßenpassanten zu Zwecken der Wirtschaftswerbung, wäre auch dann unzulässig, wenn es lediglich eine unterstützende Funktion im Rahmen einer neuartigen Gesamtwerbung ausüben sollte.

4. Auch der Umstand, daß die Bücherbusse, wie die Revision vorträgt, in der Regel nicht eine so günstige örtliche Lage haben wie feste Ladengeschäfte, rechtfertigt keine andere Beurteilung. Denn die Allgemeinheit braucht nicht im wirtschaftlichen Interesse einzelner Unternehmer derartige Belästigungen auf sich zu nehmen.

5. Auch die Rügen der Revision, das Oberlandesgericht habe zu Unrecht die Beweisangebote der Beklagten (Beiziehung von Gutachten der Industrie- und Handelskammern sowie des Werbeausschusses des Deutschen Industrie- und Handelstages) zu ihrer Behauptung übergangen, daß von den beteiligten Verkehrskreisen eine Werbung auf der Straße, die auch zum Ansprechen von Passanten führen könne, durchaus als sachlich und wirtschaftlich vernünftig betrachtet werden, greifen nicht durch. Die Frage, ob das Ansprechen von Passanten auf der Straße im Rahmen einer Wirtschaftswerbung nach der Auffassung der Allgemeinheit das noch zulässige Maß von Belästigung übersteigt, ob also Anlaß besteht, diese Art der Werbung als mit den guten geschäftlichen Sitten unvereinbar zu verbieten, ist aus Erfahrungssätzen zu beantworten, die aus den allgemeinen gesellschaftlichen und soziologischen Grundlagen zu gewinnen sind. Lebenserfahrung und Kenntnisse der Richter sind in der Regel zur Beurteilung solcher Lebensverhältnisse ausreichend und es ist nicht erforderlich, wenn nicht besondere, hier nicht ersichtliche Umstände vorliegen, eine Stellungnahme von dritter Seite einzuholen. Dies gilt um so mehr, als auch die Beklagte nicht ernsthaft in Abrede stellt, daß in Deutschland das Ansprechen von Passanten vor festen Ladengeschäften, um diese zum Betreten des Geschäftslokals zu bewegen, allgemein als unlautere Wettbewerbsmaßnahme mißbilligt wird. Zu Recht geht aber das Berufungsgericht davon aus, daß keine

durchgreifenden Unterschiede ersichtlich sind, die es rechtfertigen könnten, solche Werbemaßnahmen anders zu beurteilen, wenn sie vor einem fahrbaren Werbewagen stattfinden.

6. Fehl geht auch der Hinweis der Revision auf Strassensammlungen und Straßenlotterien, die ausschließlich für gemeinnützige und caritative Zwecke durchgeführt werden. Ein Vergleich mit Fällen der vorliegenden Art ist schon deshalb nicht möglich, weil es sich bei den angeführten Sachverhalten nicht um eine Wirtschaftswerbung zu Zwecken des Wettbewerbs handelt und deshalb bereits die Ausgangslage völlig verschiedenartig ist.

Jahrmärkte und ähnliche Veranstaltungen sind ebenfalls nicht vergleichbar. Wer sich dorthin begibt, rechnet in der Regel damit, angesprochen und zum Mitmachen, Kaufen, Spielen usw. aufgefordert zu werden. Diese Veranstaltungen sind zudem räumlich begrenzt und niemand wird unerwartet zu einer wirtschaftlichen Entscheidung genötigt.

7. Die Revision ist weiterhin der Auffassung, die im Urteilstenor des Landgerichts gewählte und vom Oberlandesgericht gebilligte Formulierung, "ohne daß die Passanten eine entsprechende Aufforderung an die Beauftragten der Beklagten gerichtet oder einen entsprechenden Wunsch zum Ausdruck gebracht haben", sei eine unbrauchbare Abgrenzung zwischen lauterem und unlauterem Verhalten, vor allem weil bereits das Berufungsgericht ein Ansprechen dann als zulässig angesehen habe, wenn der Passant sich z.B. durch Stehenbleiben und Betrachten des Wagens als potentieller Interessent verhalten habe. Diese Erwägungen hat das Berufungsgericht jedoch nicht angestellt, sondern lediglich die im Antrag der Klägerin und im Tenor des landgerichtlichen Urteils enthaltene Formulierung im Wortlaut wieder-

gegeben (BU 6/7), ohne im einzelnen darauf einzugehen, wie der Interessent diesem Wunsch im konkreten Fall Ausdruck verleihen könne. Entgegen der Ansicht der Revision begegnet die im Urteil gewählte Fassung keinen Bedenken. Sie schränkt in Wahrheit das Verbot nicht ein, durch das den Werbern der Beklagten die Initiative zu einem Gespräch mit Passanten untersagt wird. Eine solche unzulässige Initiative des Werbenden würde auch dann gegeben sein, wenn ein Passant in dem Augenblick angesprochen würde, in dem er stehen bleibt und sich den Wagen ansieht; denn dieser Vorgang bringt den Wunsch des Passanten nach einem Gespräch noch nicht hinreichend deutlich zum Ausdruck.

8. Die Revision meint schließlich, weil die Beklagte die Werbebusse mit Genehmigung der Straßenverkehrsbehörde aufgestellt habe, sei bereits die Zulässigkeit der Werbung dargetan; denn es komme mit dieser Entscheidung der Straßenverkehrsbehörde zum Ausdruck, daß entgegen der Annahme des Oberlandesgerichts eine "ethisch fundierte Konventionalnorm", die den beanstandeten Werbemaßnahmen entgegenstehe, gar nicht vorliegen könne, sondern es sich nur um eine wettbewerbliche Zweckmäßigkeitsregelung handle, die so oder so getroffen werden könne. Demgegenüber führt das Oberlandesgericht zu Recht aus, die Genehmigung zur Aufstellung der Werbebusse nach § 42 Abs. 3 Satz 1 StVO beseitige lediglich das allgemeine Verbot des § 42 Abs. 2 StVO, wonach das Anbieten gewerblicher Leistungen von Waren und dgl. auf Straßen verboten sei; ob die Art und Weise des Anbietens dem wettbewerblich Erlaubten entspreche oder ob ein Verstoß gegen § 1 UWG vorliege, sei der Beurteilung der ordentlichen Gerichte vorbehalten. Die Vorschrift des § 42 StVO besagt nichts über die Lauterkeit und die Unlauterkeit des Geschäftsverkehrs, sondern betrifft nur das Verhältnis

eines reibungslosen Ablaufs des Straßenverkehrs zu gewerblichen Maßnahmen auf der Straße. Es ist daher nicht Sache der Straßenverkehrsbehörde, wirtschaftliche Maßnahmen auf ihre Zulässigkeit nach den Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb zu überprüfen; diese begnügt sich vielmehr mit der Prüfung, ob im Einzelfall entgegen der Vorschrift des § 42 Abs. 2 StVO das Anbieten von Waren auf Straßen gestattet werden kann, ohne daß der Verkehr behindert oder belästigt wird.

II. Die Revision der Beklagten war demnach mit der Kostenfolge aus § 97 ZPO zurückzuweisen.

Krüger-Nieland *Fungbluth* Pehle

~~Spaenmann~~

Mösl

Miff

BUNDESGERICHTSHOF 2222 078.

BESCHLUSS

Ib ZR 38/63

in Sachen

der Be[REDACTED] GmbH, [REDACTED] G[REDACTED]/W[REDACTED], E[REDACTED]-
straße [REDACTED] - [REDACTED], vertreten durch ihren Geschäftsführer
Reinhard M[REDACTED], ebenda,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

die Firma D[REDACTED] Bi[REDACTED]-V[REDACTED]gesellschaft mbH,
Da[REDACTED], S[REDACTED]straße [REDACTED], vertreten durch ihren Geschäfts-
führer Dr. Klaus B[REDACTED], ebenda,

Klägerin und Revisionsbeklagte,

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

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat in der Sitzung am 12. Februar 1965 unter Mitwirkung der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Jungbluth, Dr. Sprenkmann, Dr. Mösl und Alff

beschlossen:

Gemäß § 319 ZPO wird das Rubrum des Urteils vom 4. Dezember 1964 wie folgt berichtigt:

Bundesrichter Dr. Sprenkmann ist zu streichen und Bundesrichter Jungbluth einzusetzen.

Krüger-Nieland	Jungbluth	Sprenkmann
Mösl	Alff	