

17
BUNDESGERICHTSHOF

2019 052

IM NAMEN DES VOLKES

Ib ZR 48/64

URTEIL

Verkündet am

25. Mai 1966

Zug,

Justizangestellter

**als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle**

in dem Rechtsstreit

der Kauffrau Inge H [REDACTED], H [REDACTED], H [REDACTED] Allee [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

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

gegen

die Firma Ernst D [REDACTED], offene Handelsgesellschaft,
vertreten durch den persönlich haftenden Gesellschafter
Kaufmann Ernst D [REDACTED], H [REDACTED], O [REDACTED]straße [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -.

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 25. Mai 1966 unter Mitwirkung der Bundesrichter Jungbluth, Pehle, Dr. Sprenkmann, Alff und Dr. Simon

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 3. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Celle vom 7. Februar 1964 aufgehoben. Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts in Hannover vom 30. Mai 1963 wird zurückgewiesen.

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

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Parteien betreiben in H [REDACTED] Pelzmodengeschäfte. In der Ausgabe der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung vom 19./20. Januar 1963 ließ die Beklagte eine Werbeanzeige erscheinen, in deren Text sie für ihr Einzelhandelsgeschäft die Bezeichnung "H [REDACTED] Pelzmodellhaus D [REDACTED]" verwandte. Die Klägerin beanstandet die Beifügung des Wortes "H [REDACTED]", da hierdurch der unrichtige Eindruck erweckt werde, die Beklagte sei das bedeutendste Unternehmen dieser Art in

H[REDACTED] Unstreitig gibt es in H[REDACTED] außer den Geschäften der Prozeßparteien noch mehrere führende Pelzmodenhäuser, die auch Pelzmodelle anbieten.

Die umstrittene Anzeige hatte folgenden Wortlaut:

"Die H[REDACTED]anerin verkörpert die vollendete Frau.

Ihr Geschmack ist zuverlässig!

Ihr Bewerten von ausgesuchtem Empfinden!

Sie schätzt nur das Beste!

Deshalb kaufte H[REDACTED]s P e l z m o d e l l -
h a u s D[REDACTED] N e r z e von ausgesuchter
Schönheit und bietet zur Zeit eine meisterhaft
entworfene Stolen-, Jacken- und Paletotkollek-
tion in allen Farbzüchtungen."

Es folgten dann die Preise für Nerzstolen und Nerzjacken und in großer Schrift das Wort "D[REDACTED]", darunter eine Schriftleiste mit der Anschrift des Geschäfts der Beklagten.

Die Klägerin hat beantragt,

der Beklagten bei Meidung einer für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Geld- oder Haftstrafe zu verbieten, unter der Bezeichnung "H[REDACTED]s Pelzmodellhaus D[REDACTED]" in H[REDACTED]schen Zeitungen zu annoncieren.

Die Beklagte hat Abweisung der Klage beantragt. Sie hält die angegriffene Bezeichnung, da sie nur einen geographischen Hinweis auf ihren Geschäftssitz enthalte, für zulässig. Aus dem Wortsinn, der Anordnung und der Druckart könne niemand den Schluß ziehen, daß mit der Bezeichnung eine Alleinstellung in H[REDACTED] behauptet werde.

Das Landgericht hat der Klage entsprochen, das Oberlandesgericht hat sie abgewiesen. Mit der Revision erstrebt die Klägerin Wiederherstellung des ersten Urteils; die Beklagte bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

Da unstreitig die Beklagte weder das einzige, noch das führende Pelzmodellhaus in H[REDACTED] ist, verstößt sie durch Verwendung der Bezeichnung "H[REDACTED]'s Pelzmodellhaus D[REDACTED]" dann gegen § 3 UWG, wenn ein nicht unerheblicher Teil der von ihrer Werbung angesprochenen Kreise die Bezeichnung als einen Hinweis auf eine entsprechende Alleinstellung oder führende Stellung der Beklagten in H[REDACTED] auffaßt. Diese Frage ist entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts in Übereinstimmung mit der Kammer für Handelssachen des Landgerichts zu bejahen.

1. Dem Berufungsgericht ist zunächst insoweit beizutreten, als es der Meinung der Beklagten entgegentritt, die angegriffene Werbung sei schon deshalb nicht irreführend, weil die H[REDACTED]schen Käufer

von Modepelzen wüßten, daß es in H [REDACTED] mehrere große Pelzmodellhäuser gebe. Ohne Rechtsirrtum verweist das Berufungsgericht hierzu auf den unstreitigen Umstand, daß die Pressewerbung der Beklagten auch Orte der näheren und weiteren Umgebung von H [REDACTED] erreicht, wo eine solche Kenntnis nicht vorausgesetzt werden kann.

2. Entgegen der Ansicht der Revision hat das Berufungsgericht bei Prüfung der Frage, in welchem Sinne die angegriffene Werbung von den angesprochenen Verkehrskreisen aufgefaßt wird, nicht dadurch gegen § 286 oder § 139 ZPO verstoßen, daß es ohne Erhebung eines Sachverständigenbeweises, insbesondere einer Meinungsumfrage, in einem vom Landgericht abweichenden Sinne entschieden hat. Grundsätzlich ist der Richter darin freigestellt, ob er sich zur Feststellung von Tatsachen der Hilfe eines Sachverständigen bedienen will, sofern nicht etwa dem Richter die notwendige Sachkunde ersichtlich fehlt (vgl. hierzu näher BGH GRUR 1963, 34, 35 - Werkstatt und Betrieb). Inwiefern aber der Richter außerstande sein sollte, zu erkennen, wie eine Werbung des hier vorliegenden einfachen Inhalts jedenfalls auf einen nicht unerheblichen Teil der hier angesprochenen Verkehrskreise wirkt, ist nicht ersichtlich (vgl. BGH GRUR 1964, 397, 399 - Damenmäntel). So hat denn auch die Revisionsklägerin selbst im zweiten Rechtszuge eingehend den Standpunkt vertreten, das Berufungsgericht könne die hier zu prüfende Frage selbst beantworten.

3. Bei seiner von der Revision mit der Verfahrensrüge aus § 286 ZPO angegriffenen Würdigung des Inhalts

der angegriffenen Werbeangabe ist dem Berufungsgericht jedoch ein Denkfehler unterlaufen, der damit zusammenhängt, daß es den Begriff der Alleinstellungswerbung nicht klar erfaßt und deshalb nicht ausreichend berücksichtigt hat, daß die Werbung der Beklagten auch im Sinne der Behauptung einer führenden Stellung unter mehreren Unternehmen entsprechender Art verstanden werden kann.

Eine Alleinstellungswerbung, die bei Unrichtigkeit einen Verstoß gegen § 3 UWG darstellt, ist nicht nur dann gegeben, wenn der Werbende behauptet, überhaupt keinen Mitbewerber zu haben, sondern auch dann, wenn seine Behauptung dahin aufzufassen ist, er übertreffe seine Mitbewerber, habe also eine führende, irgendwie merklich herausragende Stellung (vgl. BGH GRUR 1963, 34, 36 - Werkstatt und Betrieb; Baumbach-Hefermehl, Wettbewerbs- und Warenzeichenrecht, 9. Aufl., Anm. 35 zu § 3 UWG). Eine solche Behauptung kann auf die verschiedenste Weise zum Ausdruck gelangen.

Der Rechtsfehler des Berufungsgerichts liegt darin, daß es nicht positiv feststellt, wie die angegriffene Werbeangabe aufgefaßt wird, sondern nur darzulegen sucht, in welchem Sinne sie nicht aufgefaßt wird, und hierbei die Begründung unrichtigerweise nur darauf abstellt, ob das angesprochene Publikum daraus schließen werde, die Beklagte sei in H. das einzige Geschäft dieser Art, während es die ebenso naheliegende andere Auslegung, die Beklagte sei das führende Geschäft dieser Art in H., nicht oder jedenfalls nicht klar ins Auge faßt. So führt das Berufungsgericht schon hin-

sichtlich des Wortsinns der angegriffenen Werbeangabe nur aus, sie lasse Raum für den Gedanken, daß noch andere Pelzgeschäfte in H[REDACTED] bestehen. Nach dem bereits Erörterten kommt es auf die Frage des Bestehens noch anderer Geschäfte aber nicht an, wenn die Werbeangabe im Sinne einer führenden Stellung der Beklagten unter mehreren gleichartigen Geschäften in H[REDACTED] aufgefaßt wird.

Die Begründung des Berufungsurteils enthält in diesem Punkte einen Verstoß gegen § 3 UWG auch insofern, als die Abweisung des Unterlassungsanspruchs damit begründet wird, die angegriffene Werbung "lasse Raum" für eine Auslegung, bei der die Angabe nicht unrichtig sei. Der Unterlassungsanspruch ist bereits begründet, wenn ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Kreise sie in einem Sinne versteht, der das Unternehmen der Beklagten in einem mit der Wirklichkeit nicht übereinstimmenden, zu günstigen Lichte erscheinen läßt; ob die Werbung daneben auch für eine mit der Wirklichkeit übereinstimmende Auffassung Raum läßt, ist deshalb rechtlich unerheblich.

Das Berufungsgericht meint weiter, die Hinzufügung des Familiennamens D[REDACTED] stehe der Annahme entgegen, daß es sich hier um das große Pelzmodengeschäft H[REDACTED]'s handle; dieser Zusatz lasse vielmehr erkennen, daß auch noch andere Pelzmodengeschäfte anderen Namens in H[REDACTED] bestehen. Für den zuletzt genannten Schluß gilt das im vorigen bereits ausgeführte. Im übrigen kann der Auffassung von der Bedeutung der Beifügung des Familien-

namens nicht gefolgt werden; sie hat in derartigen Fällen nicht die vom Berufungsgericht angenommene Wirkung; ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Kreise wird vielmehr bei der im Rahmen des § 3 UWG zugrunde zu legenden flüchtigen ungezwungenen Betrachtung zu der Ansicht kommen, d a s Pelzmodellhaus H■■■■'s sei die Firma D■■■■ (vgl. für einen ähnlichen Fall BGH GRUR 1957, 600 - Westfalenblatt).

Das Berufungsgericht führt schließlich noch aus, die Verwendung des Städtenamens in Form des vorangestellten Genitivs k ö n n e zwar oft so aufgefaßt werden, daß das "Einmalige" einer Einrichtung an einem Ort hervorgehoben werden solle; das sei jedoch nur dann der Fall, wenn die beschriebene Einrichtung in der Regel an dem Orte einmalig vorkomme (wie z.B. Verkehrsbetriebe oder ein Fernsehturm), wohl auch noch, wenn es sich um Einrichtungen handle, die sich an dem betreffenden Ort nur in sehr beschränkter Zahl finden könnten (wie z.B. Tageszeitungen). Anders liege es aber, wenn - wie hier - für den Durchschnittsleser die Annahme durchaus fernliege, das werbende Unternehmen sei nach seiner Art "das einzige oder so gut wie einzige führende Unternehmen" dieser Branche an dem angegebenen Ort.

Auch diese, in ihrem entscheidenden Punkt übrigens in sich nicht hinreichend klaren Ausführungen halten der rechtlichen Nachprüfung nicht stand. Sie sind nur für die Frage schlüssig, ob die angegriffene Werbung dahin aufgefaßt wird, die Beklagte sei das e i n z i g e Pelzmodellhaus in H■■■■; sie schließen aber nicht

aus, daß die Werbung dahin verstanden wird, die Beklagte betreibe unter mehreren Pelzmodellhäusern in H [REDACTED] das f ü h r e n d e .

Soweit das Berufungsgericht schließlich noch darauf abstellt, daß die Beklagte bisher die Ortsangabe nicht blickfangmäßig oder schlagwortartig hervorgehoben habe, kann ihm ebenfalls nicht beigetreten werden; denn die Gefahr einer Irreführung durch eine mit der Firmenbezeichnung verbundene Ortsangabe ist nicht nur dann gegeben, wenn sie blickfangmäßig (dazu vgl. BGH GRUR 1964, 314, 315 - Kiesbaggerei) oder schlagwortartig hervorgehoben wird.

4. Das angefochtene Urteil war hiernach aufzuheben. Einer Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht bedurfte es nicht, da der Rechtsstreit zur abschließenden Entscheidung durch das Revisionsgericht reif ist (§ 565 Abs. 3 Nr. 1 ZPO).

Ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise wird die angegriffene Werbeangabe in ihrem natürlichen Wortsinn auffassen, wie er sich bei ungezwungener flüchtiger Betrachtung ergibt. Nach dieser Richtung ist der Tatbestand der Beurteilung durch das Revisionsgericht zugänglich, da insoweit bei einem Fall der hier vorliegenden Art im wesentlichen die allgemeine Lebenserfahrung zugrundegelegt werden kann.

Von vornherein auszuschließen ist die Möglichkeit, daß die Angabe lediglich im Sinne eines Hinweises

auf den Sitz der Beklagten verstanden werden würde.
Das nimmt wohl auch das Berufungsgericht nicht an.

Ein Teil der angesprochenen Verkehrskreise, besonders der nicht in H[REDACTED] wohnenden, wird der Werbeangabe der Beklagten entnehmen, es gebe in H[REDACTED] nur ein Pelzmodellhaus - zum Unterschied etwa von einfacheren Pelzgeschäften -. Diese Auffassung der Werbeangabe wird bei strenger Wortauslegung in erster Linie nahegelegt sein. Der Verkehr faßt indessen den Sinn einer Werbeangabe nicht immer streng wörtlich auf. Deshalb kann auf sich beruhen, ob nicht schon dieser Teil der angesprochenen Verkehrskreise für sich allein einen für die Anwendung des § 3 UWG ausreichenden, rechtlich nicht unerheblichen Teil darstellt.

Andere werden aber aus der Voranstellung des Städtenamens im Genitiv folgern, die Beklagte sei unter mehreren das führende Pelzmodellhaus H[REDACTED]s, sei es nach der Qualität der angebotenen Pelzmodelle - Schlüsse in dieser Richtung ließen sich z.B. bei Hinzufügung eines Textes erwarten, wie er in der Anzeige der Beklagten vom 19./20. Januar 1963 enthalten war -, sei es nach der Größe des Geschäfts oder in sonstiger Hinsicht. Denn eine derartige Voranstellung des Städtenamens wird vom flüchtigen Durchschnittsleser in ähnlichem Sinne aufgefaßt wie die Verwendung des bestimmten Artikels; ein solcher Leser schließt, zumal bei einem Geschäft der hier vorliegenden Art, auf eine irgendwie merklich hervorgehobene Stellung des Unternehmers in der betreffenden Stadt..

m Diese beiden Möglichkeiten der Auffassung der beanstandeten Werbeangabe innerhalb der beteiligten Verkehrskreise berühren sich inhaltlich nahe; beide Vorstellungsinhalte beziehen sich auf die hervorgehobene Stellung des Unternehmens der Beklagten am Ort. Jedenfalls unter dieser Voraussetzung unterliegt es aber keinem rechtlichen Bedenken, für die Frage, ob insgesamt ein nicht unerheblicher Teil der von der angegriffenen Werbung angesprochenen Kreise irregeführt wird, die beiden Kreise, welche die gekennzeichneten Vorstellungen hegen, zusammenzurechnen. Ebensowenig kann dann aber ein vernünftiger Zweifel daran bestehen, daß im vorliegenden Fall insgesamt bei einem nicht unerheblichen Teil ein unrichtiger Eindruck erweckt wird; denn die Beklagte hat unstreitig nicht die führende Stellung, auf welche dieser Teil der angesprochenen Verkehrskreise aufgrund ihrer Werbeangabe schließt.

At

Da die Werbeangabe auch geeignet ist, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen, und auch die übrigen Voraussetzungen für die Anwendung des § 3 UWG sowohl wie für den Unterlassungsanspruch gegeben sind, war die Berufung der Beklagten gegen das der Klage stattgebende Urteil des Landgerichts zurückzuweisen. Nach § 91 ZPO waren die Kosten auch des Berufungs- und des Revisionsverfahrens der Beklagten aufzuerlegen.

Jungbluth

Pehle

Bundesrichter
Dr. Sprenkmann ist
wegen Urlaubs an der
Abgabe der Unterschrift
verhindert.

Jungbluth

Alff

Simon