

44. 1. Wann ist anzunehmen, daß sich die Umbildung eines allgemeinen Sprachgebrauchs für die Bedeutung einer Beschaffenheitsangabe, z. B. Seide, vollzogen hat?

2. Wird die täuschende Wirkung einer der Ware nicht zukommenden Beschaffenheitsangabe, z. B. Seide, dadurch beseitigt, daß dieser Angabe ein Name oder eine Phantasiebezeichnung beigelegt und für die so bezeichnete Ware eine umfangreiche Reklame gemacht wird?

UnWG. § 3.

II. Zivilsenat. Urf. v. 25. März 1930 i. S. G. & Co. u. Gen. (Kl.)
w. B. AG. u. Gen. (Bekl.). II 393/29.

I. Landgericht I Berlin.

II. Kammergericht dafelbst.

Die Klägerinnen, die sich zu einem Verband Deutscher Schappseidenspinner zusammengeschlossen haben, betreiben Seidenfabriken. Die Beklagten sind Fabrikanten von Kunstseide; sie stellen den Kunstseidenfaden her, den sie in großen Mengen zur Weiterverarbeitung an die Fabrikanten der Textilindustrie liefern; diese fertigen daraus nicht nur Stoffe im allgemeinen, sondern auch Krawatten, Strümpfe, Unterwäsche und Nähzwirn in großen Mengen an. Die Erzeugnisse werden im Handel mit den genannten Fertigwaren in der Regel unter den ihnen von den Beklagten gegebenen Bezeichnungen als „Bemberg-Seide“, „Agfa-Seide“, „Azetat-Seide“ angeboten und verkauft. Die Beklagten machen für diese Waren unter den angegebenen Bezeichnungen in mehr oder weniger weitgehendem Umfang durch öffentliche Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften Reklame. Darin erblicken die Klägerinnen einen Verstoß gegen § 3 UnWG., weil in den Bezeichnungen nicht zum Ausdruck gelange, daß es sich um Kunstseide handle, und weil deshalb das Publikum getäuscht werde,

da es annehme, ihm werde eine aus echter Seide hergestellte Ware angeboten.

Mit der Klage beantragten die Klägerinnen, jeder der Beklagten die Bezeichnung ihrer Erzeugnisse als Seide (statt Kunstseide) bei öffentlichen Ankündigungen zu verbieten und den Klägerinnen die Veröffentlichungsbefugnis zuzusprechen. Die Beklagten wandten ein: Aus der Entwicklung der tatsächlichen Verhältnisse, die durch die ungeahnte Steigerung des Verbrauchs kunstseidener Erzeugnisse bedingt sei, ergebe sich, daß die Bezeichnung „Seide“ in neuerer Zeit zu einem Oberbegriff geworden sei, der nicht nur solche Gewebe umfasse, die aus reiner Seide beständen oder solche enthielten, sondern auch unter dem Namen Kunstseide zusammengefaßte Erzeugnisse der chemischen Industrie. Deshalb sei es zulässig, die angegriffenen Bezeichnungen entsprechend dem Sprachgebrauch zu benutzen, zumal da man sich daran gewöhnt habe, die aus dem Kokon des Seiden-spinners gewonnene Seide als reine Seide zu bezeichnen. Die Beanstandung der Bezeichnungen der Beklagten sei um so weniger gerechtfertigt, als bisher nirgends die Bezeichnung der auf dem Markt befindlichen großen Mengen mindertwertiger Seide als Seide beanstandet worden sei. Dazu gehöre in erster Linie die aus Abfällen hergestellte Schappseide der Klägerinnen selbst, ferner aber die vorwiegend auf dem Markt befindliche, durch chemische Behandlung mit Zinnphosphat „erschwerte“ Seide, die mit dem ursprünglichen Fabrikat nur noch den Glanz, aber nicht mehr die Haltbarkeit gemein habe. Im einzelnen wiesen die Beklagten noch auf folgendes hin: Die Erstbeklagte habe durch ihre großzügige Reklame und durch die Güte ihrer Waren erreicht, daß sich die Bezeichnung Bemberg-Seide im Verkehr durchgesetzt habe und daß — mindestens in Deutschland — das laufende Publikum mit verschwindenden Ausnahmen wisse, Bembergseide sei Kunstseide, und zwar eine besonders gute. Die Zweitbeklagte betriebe sich ebenfalls auf ihre umfangreiche Reklame. Außerdem sei das Wort Algfa — schon früher für ihre photographischen Erzeugnisse allgemein bekannt — ein in weitesten Kreisen richtig verstandener Hinweis darauf, daß es sich um ein Erzeugnis der chemischen Industrie handle. Auch hätten sich die angegriffenen Anzeigen der Zweitbeklagten vorwiegend an Fachkreise gewandt, die über die Herstellung der Algfa-Seide genau unterrichtet seien, während jeder Leser schon aus der Beifügung der Firma F. W. Farben-Industrie

entnehmen müsse, daß es sich um ein chemisches Erzeugnis handle. Die Drittbeklagte machte geltend, ihre beanstandete Anzeige enthalte nicht nur die Bezeichnung Vzetat-Seide, sondern gebe deutlich an, daß dieses Erzeugnis, „Setilose“ genannt, die wesentlichen Eigenschaften wirklicher Seide besitze und deshalb ihr vollkommenster Ersatz sei. Dadurch werde jede Möglichkeit einer Täuschung des Publikums ausgeschlossen; Sicherheit biete in dieser Richtung noch die Hinzufügung der unmißverständlichen Bezeichnung „fabrique de soie artificielle de Tubize“.

Das Landgericht wies die Klage gegen die Erstbeklagte ab; den beiden anderen Beklagten gegenüber sprach es den Unterlassungsanspruch zu, jedoch unter Verfassung der Veröffentlichungsbefugnis. Beide Teile legten Berufung ein. Das Kammergericht schloß sich der grundsätzlichen Auffassung der Beklagten an, daß Seide nur ein Oberbegriff sei, erklärte die Berufung der Klägerinnen für unbegründet und wies auf die Berufung der Zweit- und der Drittbeklagten die Klage vollständig ab. Die Revision der Klägerinnen führte zur Verurteilung der drei Beklagten nach dem Klageantrag.

Gründe:

1. Das angefochtene Urteil beruht im wesentlichen auf dem Ergebnis der Erörterungen über die Frage, ob sich in Deutschland im Laufe der Jahre, besonders durch die unerwartet hohe Entwicklung der Kunstseide-Industrie und durch den unerwartet großen Verbrauch ihrer Erzeugnisse, ein Sprachgebrauch herausgebildet hat, wonach das Wort Seide nur noch ein Oberbegriff ist, der sowohl reinseidene, wie halbseidene, wie auch schließlich kunstseidene Erzeugnisse umfaßt. Das Berufungsgericht erörtert eingehend die ganze Entwicklung der Seidenindustrie und den Einfluß der Kunstseide-Industrie auf die herrschende Auffassung der Gegenwart und kommt zu dem Schluß, daß heute der Durchschnittskäufer, wenn er „seidene“ Waren zu verhältnismäßig billigen Preisen angeboten erhalte, von vornherein annehme, es handle sich um Kunstseide; wolle man ausnahmsweise wirkliche Seide haben, so werde „rein seidene“ Ware verlangt. Aber auch diese Bezeichnung sei objektiv unrichtig, weil der größte Teil der Ware, die unter diesem Namen auf dem Markt erscheine, durch chemische Zusätze „erschwert“ werde und deshalb ein minderwertiges Erzeugnis von geringer Haltbarkeit darstelle. Auch das wisse das Publikum und es habe sich deshalb daran gewöhnt, daß unter der

Gesamtbezeichnung Seide nicht nur reine Seide und Mischgewebe (z. B. aus Seide und Wolle) angeboten würden, sondern auch Erzeugnisse mit erheblichen Mengen chemischer Bestandteile (erschwerte Seide) und schließlich auch Kunstseide. Deshalb könne der Ausdruck Seide für ein kunstseidenes Erzeugnis nicht täuschend wirken.

Diese Ausführungen beanstandet die Revision mit Recht. Bei dem vom Berufungsgericht festgestellten Sprachgebrauch handelt es sich in Wahrheit um die Ermittlung einer allgemeinen Verkehrsauffassung über die Bedeutung der Bezeichnung Seide im deutschen Sprachgebiet, insbesondere im Deutschen Reich. Die Feststellung des Berufungsgerichts ist das Ergebnis einer eingehenden Betrachtung der wirtschaftlichen Entwicklung, gesehen sowohl von der Seite der beteiligten Industrie wie von seiten des Verbraucherpublikums. Insofern liegen tatsächliche Feststellungen vor, die mit der Revision nicht anfechtbar sind. Diese Betrachtungen sind jedoch untermischt mit Schlußfolgerungen, die der Vorderrichter als allgemeine Erfahrungssätze aufstellt. Insbesondere gilt das von dem letzten Schluß, den das Berufungsgericht aus der Fülle der Erscheinungen im Handel mit seidenartigen Geweben und sonstigen Erzeugnissen zieht, daß nämlich das Publikum, abgesehen von einer verschwindenden und deshalb unbeachtlichen Minderheit, beim Angebot einer Ware aus Seide auch erwarde, es handle sich möglicherweise um Kunstseide. Insoweit hat der Berufungsrichter keine Beweise erhoben, sondern das vorgelegte Beweismaterial im wesentlichen durch seine eigene Erfahrung ergänzt. Deshalb ist es zulässig, diese Ansicht in Übereinstimmung mit der sonstigen Rechtsprechung des Reichsgerichts (RGZ. Bd. 99 S. 71, Bd. 103 S. 142, Bd. 105 S. 419) in der Revisionsinstanz nachzuprüfen. Dabei kommt es besonders darauf an, klarzustellen, ob die vom Berufungsgericht dargelegte Entwicklung des Sprachgebrauchs wirklich schon in der angegebenen Weise zum Abschluß gelangt ist.

Mit Grund rügt die Revision, daß das Berufungsgericht hier Schlüsse gezogen habe, für die es an tatsächlichen Unterlagen fehle, daß es eine Entwicklung vorweggenommen habe, die tatsächlich noch nicht zum Abschluß gelangt sei.

Geht man, wie es auch der Berufungsrichter mit Recht tut, vom bisherigen Sprachgebrauch aus, so lassen sich aus diesem allein keinerlei Schlußfolgerungen ziehen. Es ist Tatsache, daß die che-

mischen Erzeugnisse der Beklagten nicht unter einem besonderen Wort, z. B. Glanzstoff, bekannt sind, sondern als Kunstseide in der deutschen Sprache bezeichnet werden. Daraus folgt aber nichts für die Frage, ob man solche Erzeugnisse als Seide bezeichnen darf. Die deutsche Sprache kennt ähnliche Wortbildungen, z. B. Baumwolle, Obstwein, ohne daß daraus etwa die Berechtigung hergeleitet worden wäre, diese Waren als Wolle oder Wein zu bezeichnen, und ohne daß das Publikum das Bestreben gezeigt hätte, die genannten Bezeichnungen als einen Oberbegriff in den Verkehr einzuführen. Der Sprachgebrauch des deutschen Volkes neigt also keineswegs dazu, sprachlich anerkannte Unterscheidungsmerkmale für die Beschaffenheit verschiedenartiger Waren zu verwischen; zum mindesten hält ein nicht unerheblicher Bruchteil des Volkes, sowohl als Verbraucher wie als Verkäufer, an den bisher im Gebrauch befindlichen unmißverständlichen Beschaffenhheitsangaben für vielgebrauchte Waren fest. Das schließt natürlich eine Umbildung des Sprachgebrauchs im einzelnen Falle nicht aus. Aber es muß beachtet werden, daß sich bei dem Mangel einer Neigung des deutschen Volkes zu solcher Umbildung ein Wandel nur sehr langsam und zögernd vollziehen kann. Man darf dabei nicht die Sprache der leicht zu beeinflussenden und anpassungsfähigen Bevölkerung der Großstädte allein berücksichtigen; man muß vielmehr beachten, daß eine Umbildung des deutschen Sprachgebrauchs nur festgestellt werden kann, wenn die ganz überwiegende Menge des Volkes und aller Schichten der Bevölkerung das betreffende Wort, z. B. Seide, in der angeblichen neuen Bedeutung versteht.

Das Verufungsgericht hat mit starker Betonung einzelne Teile aus den Verhandlungen des Industrie- und Handelstags vom 17. August 1926 verwertet, aber nur soweit, als sie mit seinen Ansichten übereinstimmen. Auffallend ist ferner die verschiedene Bewertung des Gutachtens der Handelskammer Elberfeld (Ansicht der Beklagten) und des Gutachtens der Industrie- und Handelskammer Berlin (Ansicht der Klägerinnen). Dabei zeigt sich zum mindesten die für die Revision erhebliche Tatsache ganz deutlich, daß der Vorderrichter die Bedeutung der von ihm selbst anerkannten Minderheit für die Bildung eines allgemeinen Sprachgebrauchs rechtlich nicht richtig gewertet hat. Mehr als in anderen Fällen muß bei der Umbildung eines Sprachgebrauchs — ähnlich wie bei der Umbildung

einer Individualbezeichnung zur Beschaffungsangabe — von der bisher herrschenden Auffassung ausgegangen und daran festgehalten werden, daß sich die Wandlung in der Auffassung mit der für die Frage einer täuschenden Wirkung wesentlichen Vollständigkeit noch nicht vollzogen hat, solange noch ein irgendwie beachtlicher Teil der in Betracht kommenden Käuferkreise am alten Wortsinne festhält. In dieser Richtung haben die Klägerinnen wichtiges Material beigebracht, das nicht damit abgetan werden kann, daß es sich um Äußerungen der geschäftlich im Sinne der Klägerinnen beteiligten Kreise oder um völlig urteilslose oder gleichgültige Personen handle. In dieser Richtung ist in erster Linie das Gutachten der Berliner Handelskammer beachtlich. Ferner ist zu berücksichtigen, daß das Protokoll des Handelstags von 1926 sehr deutlich zwei grundverschiedene Auffassungen oder Richtungen erkennen läßt. Es kommt aber hinzu, daß sich das Wort Kunstseide im deutschen Sprachgebrauch tatsächlich als Bezeichnung für das allein auf chemischem Wege hergestellte Erzeugnis durchgesetzt hat, daß also auch die durch chemische Stoffe „erschwerte“ wirkliche Seide niemals als Kunstseide bezeichnet wird. Das Berufsgericht meint nun, dem Erzeuger und Händler könne die Bezeichnung Kunstseide nicht zugemutet werden, weil das Publikum das Wort nicht hören wolle, sondern die Bezeichnung Seide wünsche, obwohl es ganz genau wisse, daß es sich um Kunstseide handle und allein darum handeln könne. Auch hier wird eine Erfahrungstatsache verwertet, die mindestens für einen recht beachtlichen Teil des Publikums nicht zutrifft. Die im angefochtenen Urteil erwähnten Unwägbarkeiten, diese im Unterbewußtsein des Publikums wirksamen Kräfte, mögen vielfach im gesellschaftlichen Verkehr der Menschen aller Gesellschaftsschichten dazu führen, einen zweifellos aus Kunstseide bestehenden Gegenstand als „seiden“ zu bezeichnen. Im Verkehr des kaufenden Publikums mit dem Verkäufer der Ware genügt es aber dem Käufer nicht, zu erfahren, daß er entweder eine der vielen verschiedenen Seidenarten oder ein Kunstseide-Erzeugnis vor sich habe, zumal da er nach dem eigenen Vortrag der Beklagten selbst bei guter Warenkenntnis kaum in der Lage ist, gute Kunstseide von gleichguter Naturseide zu unterscheiden. Die zarte Rücksicht auf die herabsetzende Wirkung des Wortes Kunstseide, von der das angefochtene Urteil spricht, fällt beim eigenen Einkauf weg, weil es dann auf die wirklichen, nach Ansicht der weitesten Kreise verschiedenen Eigen-

schaften der Ware ankommt, je nachdem diese aus Naturseide oder aus Kunstseide gefertigt ist. Es scheint, daß sich das Berufungsgericht hier zu sehr durch die von ihm angenommene Wirkung der Zusammenfassung Bemberg-Seide hat beeinflussen lassen. Es hat übersehen, daß bisher weder eine der Beklagten noch eine sonstige Kunstseidefabrik es gewagt hat, ihre Ware einfach als Seide anzupreisen. Es hat ferner übersehen, daß die Rechtsprechung bis in die neueste Zeit derartige im Handel vereinzelt aufgetauchte Bezeichnungen stets als täuschend angesehen hat, wenn die Ware tatsächlich aus Kunstseide bestand. Es darf auch nicht unbeachtet bleiben, daß aus der Verkehrsgeltung einer zusammengesetzten Bezeichnung, z. B. Bemberg-Seide, nichts für die Entscheidung der hier zu beantwortenden Frage folgt. Unter diesen Umständen ist die vom Berufungsgericht gezogene Schlussfolgerung nicht haltbar. Es läßt sich nicht verkennen, daß die Entwicklung des Sprachgebrauchs dazu führen kann, den Ausdruck Seide nur noch als Oberbegriff anzusehen; abgeschlossen ist diese Entwicklung aber nicht.

Dabei darf nicht unberücksichtigt bleiben, daß der reichsdeutsche Sprachgebrauch durch einen Sprachgebrauch in anderen Ländern des deutschen Sprachgebietes (Österreich, Schweiz) oder vielleicht auch durch fremdsprachige Übung in der Verkehrssprache hätte beeinflusst werden können. Nun mag es allerdings richtig sein, daß bloß in Spanien eine ausdrückliche gesetzliche Vorschrift besteht, wonach Kunstseide nur als solche, niemals als Seide schlechthin bezeichnet werden darf. Die Klägerinnen haben aber unwiderprochen vorgetragen, daß auch im französischen und englischen Sprachgebiet die Benutzung der dem Wort Kunstseide entsprechenden Bezeichnungen „soie artificielle“ und „artificial silk“ allein und ganz allgemein gebräuchlich sind. Ebenso wird in den deutsch sprechenden Ländern außerhalb des Reiches an der Bezeichnung Kunstseide festgehalten. Von einer Beeinflussung des deutschen Sprachgebrauchs durch internationale Beziehungen kann also keinesfalls in einem dem Standpunkt der Beklagten günstigen Sinne die Rede sein; eher könnte man schon das Gegenteil annehmen.

2. Das genügt allerdings noch nicht, um eine Verurteilung der Beklagten zu rechtfertigen. Denn die Beklagten bieten ihre Waren nicht einfach als Seide an, sondern jede von ihnen hat zur Kennzeichnung der Erzeugnisse des eigenen Betriebs Sonderbezeichnungen

gewählt, die mit dem Wort Seide verbunden werden. Es kommt deshalb darauf an, ob das genügt, um dem kaufenden Publikum verständlich zu machen, daß es sich um Kunstseide handelt.

Aus den vorstehenden Darlegungen folgt, daß die Unterlassung einer auf Naturseide hinweisenden Bezeichnung nicht genügt, um Täuschungsgefahr beim Publikum auszuschließen. Ferner hat der Vorderrichter selbst zutreffend ausgeführt, daß die Verbindung eines Namens oder eines Phantasiewortes mit dem Wort Seide nicht allgemein ausreicht, um dem Publikum klar zu machen, daß es sich nur um Kunstseide handeln könne. Auch die Verarbeitung von Seidenkokons und die Herstellung seidener Gebrauchsgegenstände oder von Seidenzwirn erfordert eine fabrikatorische Tätigkeit. Das Berufungsgericht verweist mit Recht auf die bekannte Bezeichnung „Gütermanns Nähseide“. Es hätte außerdem anführen können, daß zusammengesetzte Bezeichnungen auch sonst für naturseidene Produkte in Gebrauch sind, wie z. B. „Liberih-Seide“, „Trama-Seide“. Das schließt aber nicht aus, daß sich die besonderen Wortverbindungen, wie sie die Beklagten gewählt haben, so sehr im Verkehr durchgesetzt haben, daß das Publikum ganz allgemein unter der Gesamtbezeichnung nur eine Kunstseide versteht. Dazu genügt allerdings nicht eine Anerkennung der Bezeichnung in beteiligten Verkehrskreisen derart, daß die Wortverbindung als Hinweis auf die Erzeugnisse einer bestimmten Herstellungstätte einen Ausstattungsschutz im Sinne des § 15 WZG. erlangt hat. Denn mit dieser Art von Verkehrsgeltung ist nur die Herkunft aus einem bestimmten Betrieb, nicht notwendig eine Vorstellung von den Eigenschaften der Ware verbunden. Deshalb wird auch nach der gesetzlichen Fassung für die Erlangung des Ausstattungsschutzes nicht die einheitliche Auffassung aller in Betracht kommenden Kreise verlangt; es genügt vielmehr die herrschende Auffassung in Abnehmerkreisen. Um so beachtlicher ist für die Frage einer Irreführung des Publikums über die Bedeutung einer Wortbezeichnung als Beschaffenheitsangabe die Auffassung einer nicht unerheblichen Minderheit, wie das Reichsgericht in ständiger Rechtsprechung immer wieder betont hat. Wird diese Minderheit möglicherweise getäuscht, weil sie den mit der Bezeichnung angeblich verbundenen Sinn nicht kennt, so ist es unerheblich, worauf die Unkenntnis beruht; es liegt dann eine unrichtige Angabe im Sinne des § 3 UnWZG. vor. Dabei darf

keiner der in Betracht kommenden Verkehrskreise außer acht gelassen werden, an die sich die Beklagten mit ihren Bezeichnungen wenden. Da Verbraucher von Kunstseidenwaren, die aus Erzeugnissen der Beklagten hergestellt werden, bei der großen Vielseitigkeit der Verwendung von Kunstseide heute fast die gesamte Bevölkerung ist, so ist die Annahme einer Unrichtigkeit der Bezeichnungen der Beklagten nur dann zu verneinen, wenn für die einzelne Bezeichnung in die weitesten Kreise die Kenntnis der Tatsache gedrungen ist, daß es sich um Kunstseide handelt. Diesen Beweis sieht das Berufungsgericht als geführt an.

Was zunächst die Bezeichnung Bemberg-Seide betrifft, so betont das angefochtene Urteil mit Recht den großen Umsatz an Strümpfen, Unterwäsche und anderen weitverbreiteten Gebrauchsgegenständen, die unter diesem Schlagwort regelmäßig vertrieben werden und in ganz Deutschland überall zu haben sind. Es hebt ferner die ganz ungewöhnlich umfangreiche, geschickte und erfolgreiche Reklame der Erstbeklagten hervor und kommt deshalb zu dem Schluß, daß die Bezeichnung Bemberg-Seide überall in Deutschland bis auf verschwindende Ausnahmen bekannt sei. Das Berufungsgericht bemerkt aber des weiteren, die Erstbeklagte habe durch eine sehr umfangreiche Aufklärungsarbeit dafür gesorgt, daß die Eigenschaft von Bemberg-Seide als Kunstseide überall in Abnehmerkreisen bekannt geworden sei.

Diese Beweisführung ist unhaltbar, weil sie an einem inneren Widerspruch leidet. Was der Vorderrichter als tatsächliche Feststellung bezeichnet, ist in Wahrheit nur ein Schluß aus der festgestellten umfangreichen Werbetätigkeit der Erstbeklagten für ihre Erzeugnisse aus Kunstseide. Mag damit auch eine großzügige Aufklärungsarbeit verbunden gewesen sein, so ändert das doch nichts an dem Gutachten der Berliner Handelskammer, das um so beachtlicher erscheint, als sich der Einfluß der umfangreichen Reklame und der Aufklärungsarbeit der Erstbeklagten in erster Linie beim Berliner Verbraucherpublikum zeigen müßte. Wenn trotzdem die Berliner Industrie- und Handelskammer zu dem Ergebnis kommt, der Durchschnittsverbraucher wisse keineswegs bis auf eine verschwindende Minderheit, daß Bemberg-Seide Kunstseide sei, so läßt sich sicher nicht sagen, daß die Möglichkeit einer Täuschung des Publikums bis auf einen ganz unbedeutenden und deshalb unbeachtlichen Bruchteil ausgeschlossen sei. Die gegenteilige Ansicht des Vorderrichters ist offenbar stark

beeinflusst von seiner Grundauffassung, daß Seide ein neutraler, Natur- und Kunstseide umfassender Begriff sei. Der Berufungsrichter überieht aber dabei auch, daß die maßgebliche Verkehrsauffassung im Sinne des § 3 UnlWG. und des § 15 WG. nicht wesensgleich ist, da es sich im ersten Falle um die Beschaffenheit, im zweiten um die Herkunft der Ware handelt.

Auch in diesem Zusammenhang kommt es nicht unwesentlich darauf an, daß die Erstbeklagte auf der einen Seite mit größtem Nachdruck betont, es ferne sozusagen jedes Kind die Eigenschaft von Wernberg-Seide als Kunstseide, daß sie sich aber andererseits ebenso nachdrücklich sträubt, ihre Ware als „Wernberg-Kunstseide“ zu bezeichnen. Dieses Verhalten läßt sich nicht mit der Rücksichtnahme auf das kaufende Publikum rechtfertigen, weil dieses, wie schon dargestellt ist, gar kein Interesse daran haben kann, daß ein für die Entscheidung über die Wahl des Kaufgegenstands nicht unerheblicher Punkt, nämlich die Beschaffenheit der Ware, völlig unerörtert bleibt. Wenn jedermann weiß, daß unter der Bezeichnung Wernberg-Seide Kunstseide vertrieben wird, bedarf es zwar keiner Erläuterung, die ausdrückliche Bezeichnung als Kunstseide könnte dann aber weder für den Käufer noch für den Verkäufer irgendwie unerwünscht sein, zumal da die Reklame sich unstreitig auch darauf bezieht, daß die Ware der Erstbeklagten eine besonders gute Kunstseide sei. Dann kann nur das eigene Interesse der Beklagten den Wunsch begründen, das Wort Kunstseide nicht in die Erscheinung treten zu lassen, weil es eine Reihe von Käufern abstoßen würde. Der Grund hierfür kann nur sein, daß diese Käufer keine Kunstseide zu kaufen wünschen. Dabei wird keine der Beklagten auf einen nur ganz unwesentlichen Teil des Publikums entscheidendes Gewicht legen. Die Erstbeklagte traut also offenbar dem Erfolg ihrer großen Reklame und ihrer Aufklärungsarbeit nicht und rechnet damit, daß ein beachtlicher Teil des Publikums doch noch unbeeinflusst geblieben ist und deshalb unter der Bezeichnung Wernberg-Seide eine Ware aus wirklicher Seide erwartet.

Damit fallen die Grundlagen des angefochtenen Urteils in sich zusammen, soweit es die Erstbeklagte betrifft. Denn beide Parteien gehen übereinstimmend davon aus, daß es für den Käufer nicht etwa unwesentlich, sondern sehr beachtlich sei, ob er Natur- oder Kunstseide erhalte. Die Beklagten bestreiten nicht, daß das Publikum

durch die Bezeichnung Bemberg-Seide in einem wesentlichen Punkte getauscht wird, wenn es unter dieser Bezeichnung Naturseide zu erhalten glaubt. Das ist auch nach den tatsächlichen Feststellungen des Berufungsgerichts mindestens für eine beachtliche Minderheit des Publikums anzunehmen. Bei der gegenteiligen Beweiswürdigung hat das Berufungsgericht wesentliche Gesichtspunkte unbeachtet gelassen, deren Beachtung unerlässlich ist, wenn man den Begriff der unrichtigen Angabe im Sinne des § 3 UrhWG. einwandfrei ermitteln will. Der Vorberrichter hat sich zu sehr von dem Eindruck der umfangreichen Reklame der Erstbeklagten beeinflussen lassen, die über die hier wesentliche Frage keine Aufklärung gibt und geben kann.

Weber das Berufungsgericht noch die Revisionsbeantwortung befaßt sich mit der Bedeutung, die der unstreitig erfolgten Eintragung des Warenzeichens „Bemberg-Seide“ zukommt. Man könnte geneigt sein, aus dieser Eintragung für Kunstseide im Hinblick auf § 4 Nr. 3 WGB. zugunsten der Erstbeklagten den Schluß zu ziehen, daß das Patentamt die Frage der Täuschungsgefahr geprüft und verneint habe. Dazu könnte man aber nur kommen, wenn die Beklagte über die Prüfung irgendwelche Behauptungen aufgestellt hätte. Da das nicht geschehen ist, kann aus der Eintragung des Warenzeichens auch nicht auf eine gutachtliche Stellungnahme des Patentamts zugunsten der Erstbeklagten geschlossen werden. Es scheint vielmehr, als ob das Patentamt die Wirkung der Reklame dieser Beklagten nach der bezeichneten Richtung überhaupt nicht geprüft habe.

Die Zweitbeklagte behauptet selbst nicht, daß sie eine so umfangreiche Reklame entwickelt habe. Sie meint zwar, auch ihre Bezeichnung Agfa-Seide habe sich im Verkehr derart durchgesetzt, daß man wisse, es handle sich um Kunstseide. Dafür fehlt aber ein schlüssiger Beweis. Das Berufungsgericht selbst geht hier einen Weg, der zu dem Schluß führt, es sei kaum anzunehmen, daß jemand, der sich überhaupt für die Herstellung der Ware interessiert, die für photographische Bedarfsartikel bekannte Bezeichnung „Agfa“ plötzlich bei der Verbindung mit dem Wort Seide falsch verstehe und mit der Möglichkeit des Vorhandenseins eines Naturerzeugnisses rechne. Das ist keine tatsächliche Feststellung, sondern nur ein sehr vorsichtig gefaßter Schluß, der etwa besagt: eine täuschende Wirkung der Bezeichnung Agfa-Seide sei unwahrscheinlich. Das genügt aber nicht,

wird auch vom Berufungsgericht auf diejenigen Kreise eingeschränkt, welche die Bezeichnung Agfa für photographische Artikel kennen. Eine weitergehende Feststellung hat das Berufungsgericht nicht getroffen und das vorliegende Tatsachenmaterial reicht in keiner Weise aus, um daraus den rechtlichen Schluß einer allgemeinen Verkehrsgeltung zu ziehen. Es kommt hinzu, daß die Beklagten selbst auf die großen Mengen chemischer Produkte in „erschwerter“ Seide hingewiesen haben.

Die andere Verteidigung der Zweitbeklagten, die übrigens mit der vorstehenden in einem gewissen Widerspruch steht, hat das Kammergericht selbst zurückgewiesen. Sie beruft sich darauf, daß sich die angegriffene Zeitungsanzeige nur an Fachleute, d. h. an Bearbeiter des Kunstseidenfadens wende. Das angefochtene Urteil stellt aber fest, daß die Beklagte diese Abnehmer veranlasse, die fertige Ware als Agfa-Seide zu bezeichnen, und daß die Beklagte selbst dafür Reklame mache.

Danach ist eine Täuschung des Publikums durch die Bezeichnung Agfa-Seide nicht ausgeschlossen, vielmehr für einen erheblichen Bruchteil des Publikums wahrscheinlich.

Noch viel weniger kann die Verteidigung der Drittbeklagten durchgreifen. Sie muß zugeben, daß ihre angegriffene Anzeige das Wort Azetat-Seide hervorhebt, dessen ersten Bestandteil die große Menge des Publikums für ein Phantasiemotiv halten wird. Aber die Beklagte meint, die Anzeige schaffe in ihrer Gesamtheit volle Klarheit. Gewiß ist von „Ersatz für reale Seide“ die Rede und davon, daß die Ware „die Weichheit echtseidener Stoffe“ besitze. Diese Bemerkungen treten aber stark zurück; ebenso ist die Bezeichnung „fabrique de soie artificielle“ nicht allgemein verständlich. Wenn das Berufungsgericht das Gegenteil annimmt, so zeigt das, daß es nicht mit dem sündigen Leser, nicht mit der großen Menge des Publikums rechnet, auf dessen Auffassung es ankommt. Die Irreführung des Publikums durch die Bezeichnung Azetat-Seide wird also nicht verhindert.

Danach muß das angefochtene Urteil aufgehoben werden. Der festgestellte Sachverhalt ermöglicht aber eine Entscheidung in der Sache selbst, weil der von den Beklagten zu führende Beweis mit dem gesamten beigebrachten Beweismaterial nicht geführt werden kann. Der Unterlassungsanspruch der Klägerinnen ist gegenüber allen drei Beklagten gerechtfertigt. Bei der großen wirtschaftlichen Be-

deutung der zwischen den Parteien ausgetragenen Frage und der umfangreichen Reklame der Beklagten erschien es angemessen, den Klägerinnen auch die beantragte Veröffentlichungsbefugnis zuzusprechen.