

11. Stellt der zu Wettbewerbszwecken geschehene Hinweis darauf, daß am Unternehmen eines Mitbewerbers ausländisches Kapital beteiligt sei, eine wettbewerbsfremde persönliche und deshalb nach § 1 UWG. unzulässige Werbung dar?

II. Zivilsenat Urt. v. 7. Januar 1936 i. S. N. A. UG. (N.)
w. M. u. Gen. (Bekl.). II 125/35.

I. Landgericht Breslau.

II. Oberlandesgericht daselbst.

Die Frage wurde bejaht aus folgenden

Gründen:

Der erkennende Senat hat in seinen Entscheidungen vom 10. März 1933 (FZ. 1933 S. 1578 Nr. 2 [Dunlop]) und 1. März 1935 (RGZ. Bd. 147 S. 1 [Multigraph]) ausgeführt, daß es in der wirtschaftlichen Notlage, in der sich das deutsche Volk gegenwärtig befinde, dem deutschen Kaufmann nicht verwehrt werden könne, sich bei seiner geschäftlichen Werbung der Anrufung des deutschen Nationalgefühls in der Weise zu bedienen, daß er neben der Betonung der deutschen Art seines Unternehmens oder seiner Ware auch auf die Ausländer-eigenschaft eines Mitbewerbers oder auf die Eigenschaft einer Ware eines Mitbewerbers als ausländisches Erzeugnis hinweist. Die Zulässigkeit eines solchen Verhaltens wird in den genannten Entscheidungen mit dem Wandel der Verkehrsauffassung begründet, der

eingetreten sei, seitdem sich durch das Bestreben vieler Länder, durch Zollmaßnahmen und sonstige Einfuhrerschwerungen ihre eigene Wirtschaft zu stärken und fremde Waren ihrem Markte fernzuhalten, ungewöhnliche Verhältnisse auf dem Gebiet des zwischenstaatlichen Handels herausgebildet haben. Möge in früheren Zeiten ungestörten Handelsverkehrs, so wird dort weiter ausgeführt, die Förderung des eigenen Absatzes durch den Hinweis auf die Ausländereigenschaft eines Mitbewerbers oder den ausländischen Charakter seines Geschäfts oder seiner Ware nach der Anschauung des Verkehrs vom Standpunkt des lauteren Wettbewerbs aus nicht zu billigen gewesen sein, so habe es die sich vorwiegend gerade gegen deutsche Waren richtende Ablehnung fremder Einfuhr durch einen großen Teil des Auslandes und die sich daraus ergebende Beeinträchtigung der deutschen Wirtschaft mit sich gebracht, daß das Anrufen der nationalen Gefinnung des Käufers auch dann nicht mehr als ein die guten Sitten des Wettbewerbs verlegendes Mittel der Absatzförderung angesehen werde, wenn seine Wirkung durch einen wahrheitsgemäßen Hinweis auf die Ausländereigenschaft des Mitbewerbers oder auf die Eigenschaft seiner Ware als ausländisches Erzeugnis verstärkt werde. Dieser Wandel in der Verkehrsanschauung nötige dazu, auch dem gesetzlichen Begriff des Verstoßes gegen die guten Sitten des Wettbewerbs einen von der früheren Auffassung abweichenden Inhalt beizulegen und eine vergleichende Heranziehung der Person oder der Ware eines Mitbewerbers in dem angegebenen Sinne nicht mehr als wettbewerbsfremd anzusehen.

Der vorliegende Fall bietet keinen Anlaß, zu der Frage Stellung zu nehmen, ob an der in diesen Entscheidungen vertretenen, von der Revision der Klägerin bekämpften Auffassung festzuhalten ist. In den beiden genannten Entscheidungen handelte es sich darum, ob ein ausländisches Unternehmen oder eine ausländische Ware mit dem Hinweis auf diese Eigenschaft bekämpft werden dürfe. Hier steht dagegen in Frage, ob es sich mit den guten Sitten des Wettbewerbs auch noch verträgt, wenn von einem anderen Unternehmen lediglich ausgesagt werden kann und ausgesagt wird, daß es mit ausländischem Geld arbeite. Beide Fälle liegen gerade im Hinblick auf die Belange der deutschen Volkswirtschaft, die nach dem oben Ausgeführten allein die Werbung unter Hinweis auf die Ausländereigenschaft zu rechtfertigen vermögen, grundsätzlich verschieden. Das

ausländische Unternehmen und die ausländische Ware berengen den inneren Markt und schwächen die deutsche Volkswirtschaft. Die Beteiligung ausländischen Kapitals an einer inländischen Erzeugungsstätte inländischer Ware hat für die Gesamtwirtschaft diese Nachteile nicht. Das von ausländischem Kapital unterstützte inländische Unternehmen bleibt der deutschen Volkswirtschaft eingegliedert, und sein Gedeihen fördert die deutsche Wirtschaft; das ausländische Kapital kommt mittelbar der deutschen Wirtschaft zugute. Einer kapitalbedürftigen Volkswirtschaft, wie es die deutsche ist, muß daran gelegen sein, ausländisches Geld nicht von sich fernzuhalten. Dieser Erfolg müßte aber eintreten, wenn der Hinweis auf die Beteiligung ausländischen Kapitals als Wettbewerbskampfmittel zugelassen würde. Damit würde auch den Bestrebungen entgegengewirkt werden, die darauf hinauslaufen, die bereits zur Verfügung gestellten ausländischen Gelder im Inland festzuhalten. Daß der Hinweis auf eine ausländische Kapitalgrundlage mit den guten Sitten des Wettbewerbs nicht vereinbar sein kann, ergibt sich schließlich auch daraus, daß viele und für die deutsche Volkswirtschaft bedeutende deutsche Unternehmungen mit ausländischem Kapital arbeiten und daß es bei der Anonymität der Kapitalgrundlage aktienrechtlicher Unternehmensformen sogar für die Leiter des Unternehmens nicht immer und ohne weiteres feststellbar sein wird, ob und wieviel Grundkapital sich in den Händen von Ausländern befindet. Hiernach ist der Hinweis auf die ausländische Kapitalgrundlage eines anderen Unternehmens ein wettbewerbsfremdes und daher unlauteres Mittel im Wettbewerbskampf. Für diese Wertung ist es ohne Bedeutung, daß der Ausländer, der einem deutschen Unternehmen Kapital zur Verfügung stellt, dies selbstverständlich tut, um Gewinn zu erzielen und so teil an den Erträgen der deutschen Wirtschaft zu haben; denn eine solche Absicht entspricht dem Wesen der Wirtschaft. Wenn in der Multigraph-Entscheidung des erkennenden Senats vom 1. März 1935 auch das Arbeiten eines Mitbewerbers mit ausländischem Kapital unter den Umständen genannt wird, durch deren Hervorhebung in Zeiten völkischer Erregung oder wirtschaftlicher Not einer auf Anrufung des deutschen Nationalgefühls gestützten geschäftlichen Werbung besonderer Nachdruck verliehen werden könne, so handelt es sich um eine lediglich beispielsweise Erwähnung, auf der die in der Sache

selbst getroffene Entscheidung nicht beruht. Diese Erwähnung kann auch bei dem in demselben Urteil enthaltenen Hinweis auf die Schwierigkeiten, denen die Feststellung der Ausländereigenschaft eines Unternehmens häufig begegnet, nicht dahin gedeutet werden, daß die Beteiligung ausländischen Kapitals für sich allein ein ausreichendes Merkmal für das Vorhandensein jener Eigenschaft sei. Glaubten nach alledem die Beklagten, ihren Wettbewerbszweck durch einen Hinweis auf die Beteiligung ausländischen Kapitals am Unternehmen der Klägerin fördern zu müssen, so setzten sie sich damit in Widerspruch zu dem, was nach der Anschauung des Verkehrs mit den guten Sitten geschäftlicher Werbung vereinbar ist. Zudem sie sich mit den Kapitalverhältnissen der Klägerin befaßten, um diese im Geschäft zu verdrängen und ihren eigenen Absatz zu heben, bedienten sie sich der persönlichen, vergleichenden Werbung, die nach der ständigen Rechtsprechung des erkennenden Senats auch dann als Verstoß gegen die guten Sitten des Wettbewerbs im Sinne des § 1 UnWG. zu gelten hat, wenn die aufgestellten Behauptungen inhaltlich richtig sind.