

werde, blieb es bei der Beschränkung des § 8 des Wettbewerbsgesetzes auf Namen und besondere Bezeichnung von Druckschriften.

Es entsteht nun die Frage, ob sich die damals geäußerte Ansicht bezüglich des ausreichenden Schutzes der Ausstattung nach § 15 als richtig erwiesen hat und daher das Bedürfnis eines weitergehenden Schutzes der Ausstattung von Druckschriften zu verneinen ist.

Nach dem oben genannten Artikel ist die Ausstattung von Waren nicht schlechthin, sondern nur unter bestimmten Voraussetzungen geschützt. Zunächst ist zu bemerken, daß nur diejenige Ausstattung in Betracht kommt, die innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Kennzeichen der Waren eines Andern gilt; es ist sodann verboten, Waren zum Zweck der Täuschung in Handel und Verkehr mit einer derartigen Ausstattung zu versehen, vorausgesetzt, daß es sich um gleichartige handelt, oder in solcher Weise versehene Waren in den Verkehr zu bringen oder feilzuhalten.

Im allgemeinen scheint von dieser Schutzbestimmung seitens des Buchhandels in erheblichem oder auch nur in nennenswertem Maße zur Abwehr eines unlauteren Wettbewerbs noch kein Gebrauch gemacht worden zu sein, obwohl doch tatsächliche Veranlassung hierfür an sich nicht fehlt und obwohl der Rechtsprechung gerade in Ansehung dieses Punktes nicht der (sonst nicht unberechtigte Vorwurf) gemacht werden kann, daß sie die gesetzlichen Vorschriften in unfreier und den Anschauungen des Verkehrs nicht Rechnung tragender Weise auslege. Wenn auch gegen die Entscheidung des einen und andern Gerichts zu § 15 unter dem Gesichtspunkt der Interessen des Buchhandels an der Ausstattung der Druckwerke Bedenken zu erheben sind, so beweist doch andererseits das in der Kürschnerschen Sache ergangene, in Nr. 234 des Börsenblatts vom 7. Oktober 1901 abgedruckte Erkenntnis des Kammergerichts vom 1. Juli 1901, daß man wohl imstande ist, mit Hilfe des mehrerwähnten Artikels einer unlauteren Konkurrenz, die sich der Nachahmung der Ausstattung bedient, geeignet und wirksam entgegenzutreten. Daß die Nachahmung der Ausstattung von Kürschners Bücherschlag eine besonders in die Augen fallende war, ist allerdings nicht minder zuzugeben wie die Tatsache, daß in diesem Fall die täuschende Nachahmung der Ausstattung mit der täuschenden Nachahmung des Titels, bezw. der besondern Bezeichnung in erfolgreicher Weise konkurrierte. Die Ausstattung eines Buchs und einer sonstigen Druckschrift bildet die Form oder das Gewand, in dem der Inhalt derselben dem Publikum mitgeteilt wird. Der Begriff der Ausstattung ist also kein eng begrenzter, sondern vielmehr ein sehr weitgehender; es fällt unter ihn alles, was man als Aeußerlichkeit zu bezeichnen pflegt.

Der Titel oder die Bezeichnung der Druckschrift gehört als solcher nicht zur Ausstattung; jedoch besteht kein Bedenken, ihn zur Ausstattung insoweit zu rechnen, als er eine eigenartige Gestaltung hat, die, sei es in der Farbe, sei es in der Form der gewählten Schrift hervortritt.

Zur Ausstattung gehört vor allem das Format, der Einband, der bildnerische Schmuck desselben, die gewählten Schriftzüge, die gewählte Papiersorte, immer unter der Voraussetzung, daß die Verkehrskreise damit die Bedeutung verbinden, daß diese Aeußerlichkeiten die Ausstattung eines ganz bestimmten Verlags charakterisieren. So wird niemand daran zweifeln, daß die roten Einbanddecken eine wesentliche Eigentümlichkeit der im Baedekerschen Verlag erscheinenden Reisebücher bilden und daß diese Decken daher als eigenartige Ausstattung dieser Werke zu betrachten sind.

Es ist mehrfach die Ansicht vertreten worden, daß bei der Beurteilung der Frage, ob die Ausstattung nach den Ansichten der Verkehrskreise als das Kennzeichen der Waren

eines bestimmten Geschäfts gelte, bei den Büchern und Musikalien die Ansicht der Sortimentbuchhändler maßgebend sei. Dies ist vollkommen unrichtig. Nicht auf die Auffassung dieser kommt es an, sondern vielmehr auf die Ansichten des kaufenden Publikums. Eine Nachahmung, die geeignet ist, bei dem Publikum die Vermutung hervorzurufen, daß es sich um die Ausstattung eines bestimmten Verlags handle, fällt unter den § 15, auch wenn der Sortimenter wissen und erkennen sollte, daß es sich um die Werke eines andern Verlags handelt; denn es ist ja nicht in letzter Linie der Zweck, den der Gesetzgeber mit Aufnahme des § 15 verfolgt, daß einer Täuschung des Publikums vorgebeugt werden solle. Diesen Gesichtspunkt hat auch das Kammergericht voll anerkannt in seiner Entscheidung, die den Kürschnerschen Bücherschlag betraf.

Weil die Ansicht des Konsumenten, also hier des bücherkaufenden Publikums, maßgebend ist, so kann nichts darauf ankommen, daß die nachgeahmte Ausstattung mit der ursprünglichen nicht völlig identisch ist. Die ganze Bestimmung des § 15 würde, für den Buchhandel wenigstens, die praktische Bedeutung so gut wie vollständig verlieren, wollte man sich auf den Standpunkt stellen, daß schon die Abweichung im einzelnen genüge, um die Nachahmung zu einer berechtigten zu machen. Es handelt sich nur darum, festzustellen, daß zwischen beiden Ausstattungen eine solche Ähnlichkeit besteht, daß der Durchschnittsleser zu der Annahme bewogen wird, er habe die Artikel eines bestimmten Verlags vor sich. Wenn beispielsweise die roten Einbände der Baedekerschen Reisebücher mit weißer oder grüner Titelangabe nachgeahmt würden, so läge gleichwohl eine Zuwiderhandlung gegen § 15 vor, weil das Publikum sich daran gewöhnt hat, in den roten Einbänden das eigenartige Kennzeichen dieser Verlagsartikel zu erblicken und auf die Titelschrift weniger Wert legt.

Es entscheidet also über die Frage, ob die Nachahmung der Ausstattung überhaupt vorliegt, und ob diese Ausstattung als Kennzeichen der Artikel eines bestimmten Verlags gilt, die Anschauung des Publikums, und zwar des Durchschnittslesers und Durchschnittskäufers. Soweit ersichtlich, stellt sich die Rechtsprechung in den letzten Jahren auch mehr und mehr auf diesen Standpunkt, der auch bei der Anwendung der sonstigen Vorschriften des Warenzeichengesetzes sich steigende Anerkennung verschafft hat. Daraus erklärt es sich wohl auch in erster Linie, daß wiederholt Urteile zu verzeichnen gewesen sind, in denen eine den Anschauungen der buchhändlerischen Kreise durchaus entsprechende Würdigung der tatsächlichen Verhältnisse zum Ausdruck gekommen ist.

Mitunter hat freilich die Feststellung, daß eine Ausstattung nach der Anschauung der Verkehrskreise als Kennzeichen der Verlagsartikel eines bestimmten Verlags gilt, der richterlichen Beurteilung noch Schwierigkeiten gemacht, insbesondere wenn es sich um Ausstattungen handelte, die erst seit verhältnismäßig kurzer Zeit bekannt sind. Auch ist man hin und wieder der falschen Auffassung begegnet, daß derjenige, der eine bestimmte Ausstattung nicht zuerst gebraucht habe, sich unter keinen Umständen darauf berufen könne, daß diese als Kennzeichen seiner Verlagsartikel gelte. Das ist nicht der Fall. Regelmäßig ist allerdings davon auszugehen, daß derjenige Verlag, der sich zuerst einer bestimmten Ausstattung bedient hat, diese auch als eigenartliches Kennzeichen seiner Verlagsartikel in Anspruch nehmen darf; allein es ist möglich und vorgekommen, daß diese Ausstattung als Kennzeichen der Verlagsartikel desjenigen angesehen wird, der sich erst später ihr zugewendet hat, vor allem um deswillen, weil die Artikel des auf die Priorität sich Berufenden keinen ausreichenden Absatz fanden