

hange, daß sie als ein einheitlicher Rechtsvorgang aufgefaßt werden müssen. War B. ermächtigt, die Schreibmaschine im Laden der Beklagten an dort erscheinende Kunden zu verkaufen, so entspricht es den Anforderungen von Treu und Glauben im redlichen Geschäftsverkehr, daß er auch noch zum Verkauf als ermächtigt gelten muß, wenn er im Laden nur die das Geschäft einleitenden Besprechungen mit dem Kunden geführt und die Fortsetzung der Verhandlungen an anderer Stelle, jedoch als unmittelbare Folge der ersten Besprechungen, vorgenommen hat. In einem Falle solcher Art ist dadurch, daß das Geschäft von dem Ladenangestellten im Laden selbst eingeleitet worden ist, auch der genügende örtliche Zusammenhang zwischen dem Wirkungsbereich des Angestellten und der Tätigkeit des Geschäftsabschlusses hergestellt.

V.

Unlauterer Wettbewerb durch bloße Verwechslungsgefahr.

Selbst die berechnete Führung eines Namens kann zum Unrecht führen, und bei Verwechslungsgefahr kann der berechnete Träger eines Firmennamens von dem berechtigten Träger eines gleichen Firmennamens die Hinzufügung eines unterscheidenden Zusatzes verlangen. Das ist ganz klar im Reichsgerichtsurteil vom 20. Juni 1924 (Gew. Rch. u. UrhW., November 1924) ausgesprochen; es sagt dort, daß für die Anwendbarkeit des berühmten § 16 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb kein subjektiv unlauteres Verhalten erforderlich sei, sondern daß »sich der Unterlassungsanspruch aus § 16 auch gegen ein vollkommen loyales Tun richte, daß überhaupt keine unmittelbaren Beziehungen zum Wettbewerber und daher erst recht nicht ein Handeln zum Zwecke des Wettbewerbes als Voraussetzung für § 16 erfordert wird, sondern daß diese Gesetzesvorschrift ganz allgemein dem Gewerbetreibenden davor Schutz gewährt, daß ein fremder Gewerbebetrieb mit dem eigenen verwechslungsfähig ist«. Nur für den Unterlassungsanspruch gilt das; ein Schadenersatzanspruch ist nur gegeben, wenn der den verwechslungsfähigen Namen Benutzende wußte oder wissen mußte, daß Verwechslungen dadurch hervorgerufen werden können.

Näher ausgeführt wird das noch in einem Urteil vom 27. Mai 1924 (RGZ. Bd. 108, S. 272). Das Reichsgericht dehnt hier gegenüber teilweise vertretenen früheren Ansichten die Anwendbarkeit des § 16 UWG. aus, indem es nicht eine Wettbewerbsgefahr als Voraussetzung verlangt, sondern lediglich eine Verwechslungsgefahr genügen läßt, also auch Verwechslungsmöglichkeiten unter Firmen verschiedener Gewerbszweige mittels des § 16 UWG. verhindern und beseitigen will. Man war auch in manchen reichsgerichtlichen Urteilen davon ausgegangen, der »§ 16 setze, da er eine Bestimmung des UWG. sei, eine Verwechslungsmöglichkeit voraus, die zu Folgen Anlaß geben könne, wie sie sonst aus unlauterem Wettbewerb hervorgehen; daher müsse ein Eindringen in den fremden Kundenkreis oder eine Verwechslung der beiden Gewerbebetriebe hinsichtlich ihrer geschäftlichen Leistungen zu befürchten sein«.

Diese Auffassung, die in manchen anderen Urteilen auch schon in dieser oder jener Hinsicht verlassen worden ist, wird jetzt bei nochmaliger Prüfung der Frage vom Reichsgericht ausdrücklich als irrig bezeichnet und verlassen. Es äußert sich nunmehr klar dahin: »Der § 16 erfordert nicht ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs, wie dies bei den §§ 1, 14, 17, 20 UWG. der Fall ist; darüber läßt der Wortlaut keinen Zweifel. Er verlangt überhaupt keine unmittelbare Beziehung zum Wettbewerb: die beteiligten Geschäftsbetriebe brauchen überhaupt nicht im Wettbewerbe miteinander zu stehen. Die Worte »im geschäftlichen Verkehr« besagen nichts weiter, als daß es sich um eine der Förderung eines Geschäftszwecks dienende Tätigkeit im Gegensatz zu privater Benutzung handeln muß. Entscheidend ist allein das objektive Geeignetheitsverhältnis zu Verwechslungen«. . . »§ 16 soll nicht allein dem Schutze des Vorberechtigten, sondern auch den Interessen der Allgemeinheit dienen. Möglichste Unterscheidbarkeit der gewerblichen Bezeichnungsmittel ist bei der ständigen Ausdehnung des geschäftlichen

Verkehrs und der sich daraus ohnehin ergebenden Unsicherheiten und Verwicklungen ein notwendiges Erfordernis.«

Das alles ist also nicht nur wichtig für Verlags- und Sortimentsbuchhandlungen unter sich, sondern auch gegenüber Firmen anderer Branchen und von etwa geringerem Ansehen, mit denen eine Verwechslung in irgendeiner geschäftlichen Beziehung (auch bei der Post, der Bank usw.) ihnen nicht erwünscht ist. Als schutzwürdig bezeichnet das Reichsgericht auch ausdrücklich das Interesse, »zur Verwendung von Verwechslungen nicht zu genauesten Unterscheidungen gezwungen zu sein, die der eilige Geschäftsverkehr nicht machen kann und tatsächlich auch nicht macht«. Denn solches minutiöse Unterscheiden durch allerhand Zusätze und Vorsichtsmagnahmen ist lästig und schwierig und macht Kosten.

»Nicht darauf kommt es an«, heißt es in dem Urteil wörtlich, »ob Verwechslungen hervorgerufen sind, sondern ob eine Gefahr hierzu vorhanden war. Dazu ist erforderlich und genügend, daß objektiv die Benutzung der Firmenbezeichnung geeignet ist, in den Kreisen, an die diese Firma sich vorwiegend wendet, die Gefahr einer Verwechslung mit der anderen Firma zu begründen. Entscheidend ist danach allerdings die Auffassung der beteiligten Verkehrskreise. Daraus folgt aber nicht, daß die Verwechslungsfälle deshalb unerheblich sind, weil etwa Verwechslungen auf der Post oder bei anderen Behörden nicht genügen.« Dieser Ansicht war man früher noch zum Teil. Der in dieser Beziehung z. B. im Urteil (RGZ. Bd. 103, S. 388 und RGZ. Bd. 78, S. 115) vertretene Standpunkt wird nicht mehr aufrecht erhalten. Vielmehr wird betont, daß, wenn Verwechslungen sogar bei den Behörden, die doch genau prüfen sollen, vorgekommen sind, dies um so mehr bei dem erfahrungsgemäß unachtsamen und nur flüchtig aufmerkenden Publikum der Fall sein werde.

VI.

Warenzeichen und Farbe.

Die Farbe der Ausstattung einer Ware wird immer mehr zur wettbewerbliehen Kennzeichnung benutzt. Im Buchhandel kennen wir das sehr gut an den Umschlagfarben der Bücher, die oftmals auf bestimmte Verlagfirmen hindeuten. In zwei neueren Entscheidungen hatte das Reichsgericht (Jur. Wochenschr. 1924, S. 1513) sich mit der wettbewerbliehen Verwechslungsgefahr von Warenzeichen (nicht bei Büchern) zu befassen gemäß § 20 des Warenzeichengesetzes. Es kam zu dem Ergebnis, daß ungleiche Farbe allein bei sonst verwechslungsfähigen Zeichen nicht ausschlaggebend ist, daß also etwa ähnelnde Signete (Warenzeichen) auch bei Ausführung in verschiedenen Farben natürlich eine Verwechslungsgefahr bedingen und mithin anfechtbar sein können. Aber gleiche Farbgebung erhöht die Verwechslungsgefahr bei solchen Zeichen, die vielleicht an sich nicht so sehr verwechslungsfähig wären. Mit Recht betont das Reichsgericht, daß es auf den Gesamteindruck von Zeichen und Ausstattung (wozu die Farbe gehört) ankommt, und zwar auf den Gesamteindruck, »den der flüchtige Durchschnittskäufer auf Grund der charakteristischen Merkmale der Zeichen bei deren Anblick gewinnt und der sich daraufhin seinem Gedächtnis einprägt und dann beim Anblick des Zeichens einer anderen Firma in ihm die irriige Vorstellung erweckt, es handle sich nach dessen Gesamteindruck, den er ebenfalls auf Grund der charakteristischen Merkmale dieses Zeichens gewinnt, um das gleiche Zeichen, also um eine Ware gleicher Herkunft«. Worauf der Gesamteindruck im einzelnen beruht und ob diese Einzelheiten gleich sind, kommt demgegenüber erst in zweiter Linie; das kann Linie, Farbe, Packung, Umschlagpapier, Druck usw. sein. Ja, es könnte jede kleinste Einzelheit anders sein und doch den Gesamteindruck zum Verwecheln ähnlich machen.

VII.

Berichtigungszwang nach § 11 des Pressegesetzes.

Das Kammergericht hat in einem Urteil vom 10. Oktober 1924 (berichtet in der Rechtsbeilage der Post. Ztg. v. 16. Okt.) ausgesprochen, daß der Redakteur weder berechtigt noch ver-