

er könne Brehms Tierleben ohne jede Zahlung erwerben. Weiter werde durch die Erklärung in der Zeitungsanzeige, man wolle bei Herausgabe dieses Werkes eine große Anzahl Exemplare unentgeltlich abgeben, in Verbindung damit, daß das Angebot nur gelten solle für Coupons, die innerhalb 10 Tagen eingekauft würden, der Eindruck erweckt, es handle sich um eine einheitliche Ausgabe, von der ein Teil vorweg umsonst oder doch gegen ganz geringes Entgelt abgegeben werde, während diejenigen, die sich die Vorteile des Angebots nicht hätten zunutze machen wollen oder können, den regulären Preis bezahlen müßten. Endlich sei unrichtig in der Zeitungsanzeige die Angabe, daß Verpackungs- und Annoncenspesen 0,20 Mark für jeden Band ausmachten. In der Gratiskarte sei unrichtig die Behauptung, daß die Bezieher der Prachtausgabe (A) nur den Einband zu bezahlen hätten.

Diese beachtlichen Hinweise auf die Unrichtigkeiten in dem anreißerischen Angebot wird man mit buchhändlerischer Sachkenntnis besser würdigen als mit bloß juristischer Betrachtung, die die Verkehrssitten im Buchhandel nicht kennt. Vielleicht hätte man auf diese letzteren, wie ich bei der Besprechung des Reichsgerichtsurteils noch zu erwähnen haben werde, stärker hinweisen sollen. Tatsächlich lief nun die Sache so, daß das Landesgericht Hamburg die Klage des Börsenvereins abwies, das Oberlandesgericht Hamburg ihr jedoch stattgab, das Reichsgericht in dessen sie wiederum abwies. Die Tatsache, daß das Hanseatische Oberlandesgericht, das die Verkehrssitten eines achtbaren Kaufmannsstandes besonders hochschätzt und näher kennt, dem Börsenverein recht gab und die Auffassung, daß unlauterer Wettbewerb vorliegt, teilte, gibt schon zu denken und berechtigt zu einer kritischen Betrachtung des Reichsgerichtsurteils.

Das Oberlandesgericht Hamburg hat dem Börsenverein recht gegeben mit der Auffassung, daß die Angaben des Inserats, »die nach der maßgebenden Auffassung des Durchschnittslesers als unwahr zu gelten hätten, nicht nur ein besonders günstiges Angebot darstellten (§ 3 UWG.), sondern daß sie, da die Inhaber der Beklagten sich des irreführenden Charakters bewußt gewesen seien, auch gegen die guten Sitten verstießen und daher, weil sie zu Zwecken des Wettbewerbs gemacht seien, § 1 UWG. verletzen (die subjektive Unlauterkeit ist vom Reichsgericht sehr wenig beachtet worden, wie auch Justizrat Dr. Ludwig Wertheimer bei seiner Besprechung der Entscheidung in der Jurist. Wochenschr. [Nr. 39 S. 2367] betont: »Es ist auffallend, daß das Reichsgericht das subjektive Moment in der Handlungsweise der Beklagten nicht ausführlich gewürdigt hat, das bei »unrichtigen Angaben« im Sinne des § 3 UWG. ebenso in Betracht zu ziehen ist wie bei der Prüfung der objektiven Verwechslungsgefahr in den Fällen des § 16 UWG.«). Das Hanseatische Oberlandesgericht hat dem Börsenverein auch darin beigegeben, daß ein Gegenstand, für den etwas zu zahlen sei, und wenn dies auch nur 20 Pfennig für Verpackung und Annoncenspesen (pro Band) seien, nach dem Sprachgebrauch eben nicht als »gratis« hergegeben bezeichnet werden könne, und ebenso in der Beurteilung des Satzes, daß »eine große Anzahl« des Werkes unentgeltlich abgegeben werde, da man daraus entnehmen müsse, daß der übrige Teil der Auflage nur zu regulärem Preise abgegeben werde. Überdies sei zu beachten, daß eine Anzahl der durchschnittlichen Leser die lange Anzeige nicht bis zu Ende lese, und Justizrat Wertheimer hat in der schon erwähnten Kritik des Reichsgerichtsurteils in dieser Hinsicht ausgeführt, daß dieses psychologische Einfangen des Lesers mit dem großen »Gratis«-Anfang anhalte, sodas er die Angaben am Schluß über Zahlung einiger anscheinend geringer Beträge gar nicht mehr recht beachte. Dieser psychologische Effekt, sagt Wertheimer, erinnere stark an das doch sonst auch vom Reichsgericht verpönte Anreizertum, und dieses merkwürdige »Anlockungsmoment« sei vom Reichsgericht ganz unberücksichtigt gelassen worden, obwohl es in früheren Reichsgerichtsurteilen eine beachtliche Rolle gespielt hat.

Doch hören wir, ehe wir zu einer kritischen Betrachtung des Reichsgerichtsurteils kommen, erst die Gründe des Reichsgerichts selbst (im Auszuge des Wichtigsten, denn das Urteil ist sehr lang).

Das Reichsgericht beanstandet die Begründung des Hanseatischen Oberlandesgerichts und sagt unter anderem:

»Diese Auffassung ist rechtsirrig, sie wird den Umständen des Falles nicht gerecht. Eine Zeitungsanzeige über die Gratisabgabe eines Buches, und zwar eines so umfangreichen, inhaltlich wertvollen Werkes, wie es das in weitesten Kreisen des deutschen Volkes bekannte und sehr geschätzte Werk »Brehms Tierleben« ist, durch einen Buchverlag und noch dazu in so großer — wie jeder Durchschnittsleser weiß —, überaus kostspieliger Aufmachung ist eine derartig auffallende, aus dem Rahmen sonstiger Zeitungsankündigungen herausfallende Tatsache, daß hier nicht der Maßstab des oberflächlichen Lesers einer alltäglichen geschäftlichen Ankündigung von Waren angelegt werden kann. Auch das angekündigte Werk selbst bestimmt den in Betracht kommenden Kreis der Leser dieser Zeitungsanzeige. Daß der Buchhandel dazu übergegangen sein sollte, umfangreiche Werke, die sich großer Beliebtheit erfreuen, nicht nur zu verschenken, sondern zu diesem Zweck auch noch enorme Insertionskosten aufzuwenden, nur um das Geschenk anzupreisen, und zu erfahren, wer es haben will, ist eine außerhalb jeder Erfahrung liegende Tatsache, deren Erkenntnis sich auch dem einfacheren Leser beim Anblick der Anzeige aufdrängt und ihn stutzig macht. Die sich dann ganz von selbst ergebende Folge dieses Gedankenganges ist die, daß der Leser nicht an dem Schlagwort »Gratis« hängenbleibt, sondern sich Aufklärung zu verschaffen sucht über dieses auffallende, verlockende Angebot, indem er dessen Inhalt näher in Augenschein nimmt.

Dann aber erstieht er klar, daß es sich um ein Werk von 24 Bänden handelt, und daß er für jeden Band eine Vergütung von 0,20 RM als Ersatz der anteiligen Verpackungs- und Annoncenspesen zu zahlen hat. Diese Angabe in dem Text der Anzeige, der in großen Druckbuchstaben deutlich hergestellt und inhaltlich klar ist, kann dem Leser um so weniger entgehen, als sie unmittelbar über dem Coupon steht, den er ausschneiden, ausfüllen und unter Beifügung von 0,03 RM Porto für Übersendung der Empfangsbestätigung an den beklagten Verlag einschicken soll. Deshalb kann auch die Wiederholung des Wortes »Gratis« in dem Vordruck des Coupons für ihn nicht von Bedeutung sein.

Der Leser ersieht somit aus der Anzeige selbst, daß er für den Erwerb des Werkes (24×0,20 RM) = 4,80 RM aufwenden muß, das Wort »Gratis« am Kopf der Anzeige also eine Übertreibung, ein ungenaues Schlagwort darstellt, insofern als er das Werk nicht vollständig kostenlos geschenkt erhält.

Daß außer den oben erwähnten 4,80 RM noch 0,30 RM für die Übersendung von je vier Bänden (richtiger vier Teilen oder vier Büchern, die zu zwei Bänden zusammengeheftet sind) zu zahlen sind, also für vier »Bände« = 0,80 RM + 0,30 = 1,10 RM, zusammen 6×1,10 = 6,60 RM entspricht nur der Vorschrift des § 448 BGB. Die Höhe ist gleich dem Portosatz für Drucksachen im Gewicht von 500—1000 g für die Zeit vor dem 1. August 1927 (seitdem erhöht auf 0,40 RM). Dieser Portobetrag und die Verpflichtung seiner Zahlung trotz des Wortes »Gratis« im Kopf der Anzeige wird vom Kläger auch nicht beanstandet.

... Rechtlich unzutreffend ist auch die Auffassung des Ver.Ger. zum zweiten Punkt der Klagebegründung, ... die Zeitungsanzeige erwecke den Anschein, als ob es sich — nach Art der im Buchhandel vielfach üblichen sogen. Subskription — um ein Vorzugsangebot derjenigen Ausgabe des Werkes handle, die nach Ablauf der zehntägigen Frist zur Einsendung des Bestellcoupons alsdann nur noch zum regulären Preise abgegeben werde ...

Der Inhalt der Zeitungsanzeige bietet für den Kaufinteressierten, der sie unbesungen liest, entgegen der Ansicht des Ver.Ger. keinen Anhalt für die Annahme, der beklagte Verlag verfüge nur über eine Ausgabe des fraglichen Werkes in 24 Bänden und gebe diese an die sich innerhalb der zehntägigen Frist meldenden Bewerber zum Vorzugspreise von 0,20 RM für den Band, zusammen für 4,80 RM (außer Übersendungskosten) ab. Die fragliche Anzeige sagt kein Wort von Einband, Papier und sonstiger Ausstattung des Werkes. Und nur in dieser Beziehung könnte von einer Erweckung oder Steigerung der Abnehmerlust überhaupt die Rede sein. Abgesehen von diesen Momenten wäre nicht einzusehen, welchen Einfluß es auf die Abnehmerlust ausüben sollte, ob nur ein Teil oder die ganze Ausgabe gratis, d. h. hier (vergl. oben) zum Vorzugspreise abgegeben wird. Weder in dem einen noch in dem anderen Falle würde die Angabe, wenn sie sich nur hierauf beschränkte und keine unrichtigen Schlüsse auf die Ausstattung der sogenannten Gratisausgabe zuließe, den Anschein eines besonders günstigen Angebots zu erwecken geeignet sein. Von der sogenannten Prachtausgabe und ihrer Ausstattung ist in der Zeitungsanzeige mit keinem Worte die Rede. Eine