

desgericht habe den Begriff des Erscheinens (im Inlande) verkannt, gegen § 55 UrhG. und gegen Sätze der Revidierten Berner Übereinkunft verstoßen, trifft nicht zu (RGZ. Bd. 111 S. 14—22).

Als weiterer Grund gegen die Annahme, daß es sich um erlaubte Übersetzungen handle, war vorgebracht worden, die streitigen Übersetzungen gehörten schon darum nicht unter die erlaubten, weil sie verstümmelt seien und somit das persönliche Urheberrecht des Verfassers verletzten; und zwar sei in den älteren Übersetzungen das Original ärger verstümmelt als in den jüngeren. Dies war jedoch vom Kläger nicht näher, d. h. durch Beispiele aus den Werken, nachgewiesen worden, sodaß das RG. sich nicht in der Lage sah, hierüber etwa selbst Untersuchungen anzustellen. Deshalb konnte es auf die Frage (was an sich wichtig und aufschlußreich für andere Fälle hätte sein können) nicht eingehen, ob Verstümmelung, wenn erwiesen, die Übersetzung notwendig zu einer unerlaubten gemacht hätte. «Namentlich ist es entbehrlich, die Gegenübersetzungen des Beklagten zu erörtern, wonach etwa geschehene Verstümmelung der Originale durch kürzende oder mangelhafte Übersetzung nur das Persönlichkeitsrecht des Verfassers berührt hätte, ohne jedoch urheberrechtlichen Ansprüchen Grundlage oder Handhabe zu bieten. Das Berufungsgericht sieht demnach mit Recht als dargetan an, die Übersetzungen seien vor dem Inkrafttreten der Revidierten Berner Übereinkunft in Deutschland erlaubterweise erschienen».

#### Sprachbücher-Ankündigung mit »kostenlosem Sprachunterricht«.

Es ist zu einem Rechtsstreit zwischen zwei Verlegern von Lehrbüchern zur Erlernung fremder Sprachen gekommen. Beide vertraten eigene Methoden. Im Konkurrenzkampf kündigte der eine der beiden Verleger in Zeitungsinseraten »kostenlosen Sprachunterricht und kostenlose Sprachkurse« an. Der Gegner hielt diese Ankündigungen für irreführend und klagte wegen unrichtiger Anpreisung als Verstoß gegen §§ 3 und 4 Unl. Wettb.Ges. Das Landgericht hat die Klage abgewiesen, das Kammergericht ihr jedoch stattgegeben. Da Revision beim Reichsgericht eingelegt worden ist, ist das kammergerichtliche Urteil nicht rechtskräftig geworden. Es ist jedoch — gerade auch im Hinblick auf die bekannten »Gratis«-Ankündigungen von Klassikerausgaben u. dgl. — so interessant und wichtig, daß es hier in seinen Hauptzügen mitgeteilt werden soll. Auf eine kritische Besprechung wird jedoch verzichtet, eben weil durch Einlegung der Revision der Prozeß noch nicht endgültig erledigt ist.

Materiellrechtlich führt das RG. in seinem Urteil aus, es sei auch im Sinne des § 826 BGB. von entscheidender Bedeutung, ob ein dem Tatbestand der §§ 3 und 4 UWG. entsprechendes »Anlocken« stattgefunden hat, wobei zu beachten ist, daß sich der Tatbestand der §§ 3 und 4 UWG. im »Anlocken« erschöpft. »Ob der Kunde nach erfolgtem »Anlocken« über die Unrichtigkeit der ihm gegenüber gemachten Angaben aufgeklärt wird, ist gleichgültig (vgl. Callmann UWG., § 3 Note 2, 22 a). Eine der wichtigsten Arten des Anlockens im Rahmen der modernen Klame ist der Blickfang. Durch den Druck, durch Beleuchtungsmaßnahmen oder auf andere Weise werden die Augen des Publikums auf Teile eines Textes hingezogen; die Lektüre dieser Teile soll den Leser zum Lesen des ganzen Textes veranlassen. Sobald der Leser dem Blickfang erlegen ist, sobald er die durch Druck oder auf andere Weise hervorgehobenen Teile des Textes gelesen hat, ist er »angelockt«. Deshalb darf der den »Blickfang« bildende Teil des Textes nicht unrichtig im Sinne der §§ 3 und 4 UWG. sein. Es ist zwar richtig, daß grundsätzlich Angaben nach ihrer Gesamtwirkung beurteilt werden müssen. Wird jedoch ein Teil herausgehoben und kommt diesem Teil kraft dieser Heraushebung eine »Sonderfunktion« zu, so darf dieser Teil in Hinblick auf diese ihm gewordene Selbständigkeit auch für sich betrachtet keine unrichtige Angabe im Sinne der §§ 3 u. 4 UWG. enthalten (vgl. Rosenthal, UWG. § 1 Note 486; § 3 Note 32, 33). Soweit die beiden »Gratis«-Entscheidungen des Reichsgerichts (ZB. 1928 S. 2364 ff.; 1930 S. 1687 ff.) mit diesen Ausführungen nicht übereinstimmen, kann ihnen nicht gefolgt werden.

Wird durch eine Blickfang-Angabe eine »Gratis«-Leistung angeboten und hierdurch der Leser »angelockt«, d. h. dazu bestimmt, sich für die Art der Gratisleistung zu interessieren, so liegt ein Fall der §§ 3 und 4 UWG. vor, wenn es sich in Wahrheit nicht um eine Gratisleistung im Sinne der Auffassung maßgeblicher Verkehrskreise handelt, mag auch durch den weiteren Text eindeutig klargestellt sein, in welchem eingeschränkten (dem wahren Sachverhalt entsprechenden) Sinne das Wort »Gratis« gemeint ist.

Hier gilt genau das Gleiche wie bei der vom Kammergericht in ständiger Rechtsprechung und in Übereinstimmung mit dem Reichsgericht (RGSt. 50, 16) als Verstoß gegen §§ 3 u. 4 UWG. angesehenen Ausverkaufsanzeige, bei der die »Preisermäßigung bis zu 50%« durch Heraushebung der Worte »Preisermäßigung« und »50%« zunächst als allgemeine Preisermäßigung um 50% erscheint.

In Wahrheit wurde nämlich kostenlos nur der Besitz der Lehrmittel für zwei Wochen gewährt und es war unstrittig, daß innerhalb zweier Wochen das Ziel des Unterrichts nicht erreicht werden kann. Ferner macht das Kammergericht auf den Unterschied zwischen einem »Sprachkursus« einerseits und einem »Sprachunterricht« andererseits aufmerksam. Juristisch wichtig, über den Einzelfall hinaus, erscheint es dann, wenn das RG.-Urteil betont, daß es nichts ausmachen könne, wenn gesagt wird, kein vernünftiger Mensch könne im Ernst solche Leistungen gratis erwarten und verlangen. Es sagt darüber: »Zunächst wird hier die »Psychologie der Klame« verkannt. Wer etwas von »unentgeltlichem Sprachunterricht« liest, wird zunächst sofort aufmerksam auf diese sehr auffällige Erscheinung, sein Interesse wird fast reflexmäßig wachgerufen; dies geschieht regelmäßig mit so großer Geschwindigkeit, daß der Gedanke des wirtschaftlichen Widersinns einer solchen Ankündigung zu spät kommt, um die Entstehung des Interesses zu verhindern. Ist aber erst das Interesse erwacht, so ist auch der Erfolg erzielt, der durch unrichtige Angaben im Sinne der §§ 3 und 4 UWG. nicht erzielt werden soll: die »Anlockung« hat stattgefunden. In Wahrheit ist es aber nicht einmal so, daß der Durchschnittsleser die Ankündigung eines abgeschlossenen kostenlosen Sprachkurses für schlechthin widersinnig halten wird. Er ist durch eine Fülle der verschiedensten Klamemaßnahmen daran gewöhnt, daß man unter Umständen ohne besondere »Kosten« erhebliche wirtschaftliche Werte erlangen kann, etwa im Rahmen von »Gratiszugaben« bei Preisrästeln oder bei sonstigen Wettbewerben der verschiedensten Art. Er glaubt nur zu gern, daß sich ihm jetzt eine Möglichkeit eröffnet, ohne Kosten eine fremde Sprache zu erlernen, und wird zum mindesten sehr begierig sein, zu erfahren, welche Bedingungen er erfüllen muß, um den kostenlosen Unterricht zu erhalten.«

Dieser Eindruck wurde durch einige tatsächliche Umstände verstärkt: nämlich durch die Benennung als »Institut«, die Betonung eines »Experiments« und den Ausdruck »völlig kostenlos«. Schließlich geht das Urteil noch auf den Einwand ein, daß es sich um »Abwehrmaßnahmen« handle, was es nach Lage der Dinge auch nicht als zutreffend ansehen konnte, da es dabei auf ein »Gleichgewichtsverhältnis« zwischen Angriff und Abwehr Wert legt. So gelangt das R.G.-Urteil zu einer Stattgabe der Klage gegen die »Gratis«-ankündigende Firma.

#### Urheberschutz bei amtlichen statistischen Veröffentlichungen.

Ein — bereits rechtskräftig gewordenes — Urteil des RG. II Berlin vom 25. Sept. 1930 (abgedr. in Gew.Rsch. u. UrhR. 1931, 81 ff.) hatte einen Streit zwischen einer statistischen Reichsstelle und einer statistischen Landesstelle zu schlichten, d. h. zwischen den beiderseitigen Verlegern, die diese Veröffentlichungen verlegten. Es wurde für die Entscheidung Wert darauf gelegt — und mit Recht —, daß die eine Stelle, die diese Statistiken, wenn auch nicht in gleicher Form, schon früher herausge-