

4. Bedeutung von Veranstaltungen, die bei öffentlichen Ankündigungen eines Ausverkaufs bestimmt sind, die Aufmerksamkeit des Lesers abzulenken.

Gesetz, gegen den unlauteren Wettbewerb, vom 7. Juni 1909 (RGBl. S. 499) — UnlWG. — § 4, § 5 Abs. 2.

IV. Straffenat. Ur. v. 24. März 1916 g. M. IV 110/16.

I. Landgericht Breslau.

Aus den Gründen:

... „Die Beurteilung des Angeklagten nach § 4 UnlWG. ist gerechtfertigt. Wie die Ankündigungen, die der Angeklagte in den beiden Nummern des „B. General-Anzeigers“ erlassen hat, vom Publikum, an das sie sich wenden, verstanden werden, ist im wesentlichen Sache der Beweiswürdigung und mit der Revision nach § 376 StPD. nicht anfechtbar. ...

1. Es könnte sich fragen, ob die Ankündigung nicht schon dann unrichtig war, wenn das Publikum beachtet hätte, daß ihrem Wortlaut nach darin nicht 50% Rabatt schlechthin, sondern nur „bis 50% Rabatt“ angeboten wurden. Denn als Ausverkaufswaren werden in der Ankündigung ausdrücklich Uhren und Goldwaren hervorgehoben. Auf diese mußten also, sollte die Angabe wahr sein, „bis 50% Rabatt“ gegeben werden. Nach den Feststellungen des Gerichts ist aber auf goldene Herrenuhren niemals ein Preisnachlaß in dieser Höhe erfolgt, vielmehr nur auf „Alfenidewaren und Freischwinger, auf ältere Muster und unfurrante Waren“. Aber abgesehen hiervon ist die Feststellung, daß die Ankündigung bei ihrer Aufmachung vom Publikum dahin verstanden werde, daß schlechthin 50% Rabatt gegeben werden, nicht zu beanstanden. Die starke Hervorhebung der Worte „50% Rabatt“ gegenüber dem klein gehaltenen Druck des nicht einmal auf derselben Zeile vorangestellten, sondern auf der vorangehenden Zeile befindlichen Wortes „bis“ ist eine Veranstaltung im Sinne des § 5 Abs. 2 UnWb., die geeignet ist, die Aufmerksamkeit von dem „bis“ abzulenken und lediglich die Worte „50% Rabatt“ zu beachten. Allerdings wird im allgemeinen auf die Unaufmerksamkeit eines allzu flüchtigen Lesers keine Rücksicht zu nehmen sein und verlangt werden können, daß eine Ankündigung vollständig gelesen wird. Es kommt aber auch hier auf das Verkehrsblicke an und namentlich bei Zeitungsankündigungen, die sich an Stellen befinden, wo solche in großer Anzahl zusammen abgedruckt sind, wird der einzelnen Anzeige auch im Verkehr ein flüchtiges Lesen zuteil (RGZ. Bd. 58 S. 129; RGSt. Bd. 48 S. 101 [102]). Jedenfalls aber muß immer vorausgesetzt werden, daß keine irreführenden, die Aufmerksamkeit des Lesers ablenkenden Veranstaltungen getroffen werden. Das geschieht aber, wenn durch besonders starken Druck ein Teil des Inhalts als wesentlich herausgehoben wird. Dann muß sich auch der flüchtige Leser darauf verlassen können, daß das als wesentlich Herausgehobene richtig herausgehoben ist und nicht Gleichwichtiges, das mit dem Herausgehobenen begrifflich zusammengehört und für dessen Sinn von Bedeutung ist, weggelassen wird. Dies erst recht, wenn ihm dieses Vertrauen noch besonders versprochen wird und sich die Ankündigung ausdrücklich als eine solche „Für eilige Leser“ hinstellt. So ist aber der Un-

geklagte verfahren. Begrifflich gehörte das „bis“ zu „50% Rabatt“ und war für die Ankündigung des Preisnachlasses von ausschlaggebender Bedeutung. Es durfte daher nicht, wie geschehen, von diesen Worten getrennt werden. Sollte die Höhe des Rabatts durch starken Druck herausgehoben werden, so mußte sich, um Irreführung zu vermeiden, die Heraushebung notwendig auch auf das „bis“ erstrecken und dieses als zu „50% Rabatt“ gehörig schon äußerlich kenntlich gemacht werden. Zu beachten ist hierbei noch, daß das Bild der Ankündigung in der Erinnerung fortwirkt und fortzuwirken bestimmt ist, soll es seinen Zweck, die Gedanken auf den Ausverkauf zu lenken, erfüllen, und daß diese bildliche Erinnerung gerade dort vorwiegt, wo die Ankündigung äußerlich in besonderer Weise ausgestaltet worden ist. Daß die verschiedene Hervorhebung im Druck vom Angeklagten beabsichtigt war, um Angaben im Sinne von § 4 UnWb. zu ersetzen, d. h. Angaben, die zur Irreführung geeignet waren, nimmt die Strafkammer für erwiesen an. Für den Vorsatz des § 4 aber kommt es nur darauf an, daß der Angeklagte wußte, die von ihm gemachten Angaben seien geeignet, irre zu führen, und daß er sie dennoch machte. Eine auf den ausschließlichen Zweck der Irreführung gerichtete Absicht ist nicht erforderlich. Ob in anderen Ankündigungen, wie hier in den Plakaten im Schaufenster des Geschäftslokals, die Angaben über die Art der versprochenen Rabattgewährung in diesem Punkte richtig waren oder nicht, ist ohne Bedeutung. Denn die Leser der Anzeigen im „General-Anzeiger“ sind nicht notwendig dieselben, wie die Leser jener Plakate. Die dort erfolgten Ankündigungen wirken für sich selbst und können nicht durch die Angaben in den Plakaten gleichzeitig richtiggestellt werden. Sie bilden nicht mit diesen zusammen eine einheitliche, als Ganzes anzusehende Ankündigung.

2. Ob die Preisherabsetzung vom Publikum in dem Sinne verstanden wird, daß der eigene, früher vom Geschäftsmann sonst üblicherweise geforderte Preis herabgesetzt werden soll, oder ob die Preisherabsetzung auch gegenüber dem üblichen Ladenpreis in den Konkurrenzgeschäften verstanden wird, ist eine Frage des einzelnen Falls und der Beweiswürdigung. Beides ist an sich möglich, wie auch vom Reichsgerichte schon anerkannt worden ist. Wenn die Strafkammer die zur Anklage stehenden Ankündigungen dahin aus-

legt, daß das Publikum darin eine Preisherabsetzung gegenüber den auch in anderen Geschäften dieser Art üblichen Preisen verstanden habe, so ist diese Auslegung daher möglich und nicht rechtsirrig. Sie wird auch ausreichend gestützt durch den Hinweis darauf, daß der Angeklagte in seinen Ankündigungen ganz allgemein von einer „Kaufgelegenheit, wie sie selten ist“, spricht. Wenn die Strafkammer diese Erklärung dahin auffaßt, daß damit eine Kaufgelegenheit im allgemeinen, nicht gerade bloß bei dem Angeklagten, vom Publikum verstanden werde, so ist dies rechtlich unbedenklich. Was der Verteidiger hiergegen vorbringt, bewegt sich ausschließlich auf dem Gebiete der Beweiswürdigung, die vom Revisionsgerichte nicht nachgeprüft werden kann (§ 376 StPD.). Legt man den Ankündigungen aber diesen Sinn bei, wobei es wiederum nur auf die Auffassung des Publikums ankommt, nicht auf eine abweichende Absicht des Angeklagten, so ist der Umstand, in welcher Art der Angeklagte regelmäßigerweise seine Preise in seinem Geschäft zu berechnen pflegte, ohne Bedeutung. Daß die Berechnungsweise in anderen Geschäften der Stadt B. nicht üblich war, ist auf Grund der Gutachten der Sachverständigen festgestellt worden.

Auch sonst ist der äußere und innere Tatbestand der unlauteren Kellame im Sinne von § 4 UnWG. ausreichend festgestellt.“ . . .