Urteilskopf

88 II 54

8. Auszug aus dem Urteil der I. Zivilabteilung vom 23. Januar 1962 i.S. Interessengemeinschaft schweizerischer Modell-Mass-Detaillisten und Ernst Dick A. G. gegen Schweizerischen Arbeitgeberverband für das Schneidergewerbe und Streitgenossen.
Regeste (de):
Art. 1 Abs.2lit. b UWG.

Es ist irreführend, bei der Anpreisung industriemässig hergestellter Herrenkleider von "Modell-Mass" zu schreiben.

Regeste (fr):
Art. 1er al.2 litt. b LCD.

Il est fallacieux de parler, dans la publicité, de "Modell-Mass" lorsqu'il s'agit de vêtements masculins confectionnés industriellement.

Regesto (it):
Art.1 cpv. 2 lett. b LCS. È fallace parlare, nella pubblicità, di "Modell-Mass", allorchè trattasi di abiti maschili confezionati industrialmente.

Sachverhalt ab Seite 54

BGE 88 II 54 S. 54

Die der Interessengemeinschaft schweizerischer Modell-Mass-Detaillisten angehörenden Kleiderhändler nehmen Bestellungen auf Herrenkleider auf. Der Besteller muss sich kurz das Mass nehmen lassen und hierauf einen seiner Grösse entsprechenden Modellanzug probieren, wobei an diesem abgesteckt wird, inwiefern die Gestalt des Bestellers vom Modell abweicht. Die Abweichungen, der Schnitt, die Sonderwünsche des Bestellers und der gewählte Stoff werden notiert. Das Kleid wird nach diesen Angaben unter Verwendung von Schablonen im Taktbandsystem in der Fabrik der Modema AG hergestellt. Der Besteller probiert es erst anlässlich der Übergabe. Die Kunden werden durch Inserate und Druckschriften unter Verwendung des Schlagwortes "Modell-Mass" geworben. Anfänglich erfolgte die Werbung durch die Ernst Dick AG Später ging sie auf die erwähnte Interessengemeinschaft über. Der Schweizerische Arbeitgeberverband für das Schneidergewerbe und acht diesem Zweige angehörende Firmen klagten gegen die Interessengemeinschaft schweizerischer

BGE 88 II 54 S. 55

Modell-Mass-Detaillisten und die Ernst Dick AG Sie beantragten, den Beklagten zu untersagen, die Bezeichnung ”Modell-Mass” im geschäftlichen Verkehr zur Anpreisung und Kennzeichnung von Herrenkleidern zu verwenden, die konfektionsmässig in einer Kleiderfabrik angefertigt werden. Das Handelsgericht des Kantons Bern hiess die Klage gut. Die Beklagten erklärten die Berufung.

Erwägungen

Das Bundesgericht zieht in Erwägung:

1. Die Kläger und das Handelsgericht werfen den Beklagten vor, durch ihre von ”Modell-Mass” sprechenden Inserate und Druckschriften im wirtschaftlichen Wettbewerb gegen Treu und Glauben verstossen zu haben, und zwar im Sinne von Art. 1 Abs. 2 lit. b UWG. Nach dieser Bestimmung widerspricht es Treu und Glauben, über sich, die eigenen Waren, Werke, Leistungen oder Geschäftsverhältnisse unrichtige oder irreführende Angaben zu machen oder in entsprechender Weise Dritte im Wettbewerb zu begünstigen. Unlauter verhält sich demnach nicht nur, wer unrichtige, sondern auch schon, wer irreführende Angaben macht, d.h. sich so äussert, dass im umworbenen Publikum über den Geschäftsinhaber. dessen Waren usw. falsche Vorstellungen aufkommen können (vgl.BGE 69 II 204). Nicht alle als Kunden in Betracht kommenden Leute brauchen dieser Gefahr ausgesetzt zu sein. Es genügt, wenn bei durchschnittlicher Aufmerksamkeit, wie sie im betreffenden Kreise üblich ist, ein nicht ganz unerheblicher Teil des Publikums irregeführt werden kann. Ob das zutrifft, hängt nicht davon ab, wie der aufmerksame, misstrauische und überlegende Leser die Angaben versteht. Geschäftliche Ankündigungen werden oft nur oberflächlich, leichtgläubig und ohne lange Überlegung zur Kenntnis genommen. Das Publikum kennt die Hintergründe der Reklame zu wenig und nimmt Worte leicht als bare Münze. Der Richter muss sich in die Denkart des umworbenen Kunden einfühlen.

2. Die Beklagten stehen auf dem Standpunkt, das Wort ”Mass” als Bestandteil einer Bezeichnung für ein Herrenkleid oder für die Art seiner Anfertigung deute nur darauf hin, dass das Kleid nach den individuellen Massen des Bestellers zugeschnitten werde. Die im Betriebe der Modema AG hergestellten und von den Mitgliedern der Interessengemeinschaft schweizerischer Modell-Mass-Detaillisten vertriebenen Kleider erfüllten diese Voraussetzung. Daher sei es nicht irreführend, dass die Beklagten in Verbindung mit der Anpreisung dieser Kleider die Bezeichnung ”Modell-Mass” verwendeten. Dem ist nicht beizupflichten. Wie das Handelsgericht verbindlich feststellt, haben sich Bezeichnungen wie ”Mass-Kleid”, ”Massarbeit”, ”nach Mass”, ”Massanfertigung” für das individuell angemessene und handwerklich verfertigte Herrenkleid eingebürgert. Sie weisen also nicht nur auf das Zuschneiden nach den Körpermassen des Bestellers hin, sondern auch auf die handwerkliche Anfertigung des Kleides. Wer bei der Anpreisung von Herrenkleidern von ”Modell-Mass” schreibt, betont daher nicht nur den individuellen Zuschnitt, sondern erweckt beim Durchschnittsleser auch den Eindruck, das Kleid werde handwerklich angefertigt, wie es die Masschneider zu tun pflegen. Die Kleider, auf die sich die zu beurteilende Reklame der Beklagten bezog, werden nun aber nach verbindlicher Feststellung des Handelsgerichtes nicht handwerklich, sondern unter Verwendung von Schablonen und im Taktbandsystem industriemässig hergestellt. Insofern unterscheiden sie sich also nicht von jener Ware, die man als Konfektionsanzüge zu bezeichnen pflegt. Das Handelsgericht sieht denn auch im Betrieb der Modema AG eine Konfektionsfabrik. Auf den Versuch der Beklagten, die konfektionsmässige Herstellung der Kleider zu widerlegen, kann angesichts der erwähnten verbindlichen Feststellung nicht eingetreten werden. Den Beklagten ist nur insofern beizupflichten, als die Fabrikation nicht ”nach genormten Grössen”, sondern auf Grund der individuellen Angaben

über das Körpermass und die Wünsche des Bestellers erfolgt. Das könnte z.B. durch die Bezeichnung "Mass-Konfektion" ausgedrückt werden, wie sie denn auch für Kleider, die nach individuellem Schnitt und Wunsch, aber industriemässig hergestellt werden, üblich ist. Die Beklagten können auch "Modell-Mass-Konfektion" sagen, wenn sie mit dem vom Standpunkt des Kunden aus nebensächlichen Umstand, dass die Grösse und Form seines Körpers mit Hilfe eines Modellanzuges ermittelt werden, Reklame machen wollen. Zulässig ist auch "Modell-Konfektion", ein Wort, das die Ernst Dick AG in einem Inserat vom 26. März 1954 verwendet hat (Klagebeilage 30). Die blosse Bezeichnung "Modell-Mass" dagegen ist irreführend, einmal positiv, weil das Wort "Mass" ohne einen auf die Fabrikationsart hinweisenden Zusatz den Eindruck handwerklicher Anfertigung erweckt, und sodann negativ, weil die Weglassung des Wortes "Konfektion" oder eines ähnlichen Zusatzes die industriemässige Ausführung der Bestellung verschweigt. Diese Art der Ausführung zu kennen, ist für den Besteller meistens wesentlich. Es widerspricht Treu und Glauben, bei ihm den Eindruck zu erwecken, er erhalte ein handwerklich hergestelltes Kleid. Dass dem einen oder anderen die Herstellungsart gleichgültig sein mag, ändert nichts.