



HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

BESCHLUSS

3 U 8/01
416 O 161/00

In dem Rechtsstreit

Verkündet am:
25. Oktober 2001

..... **Zeitung GmbH**,
vertreten durch die Geschäftsführer

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

Klägerin,
Berufungsbeklagte,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

gegen

..... **Verlags GmbH**,
vertreten durch die Geschäftsführer

Beklagte,
Berufungsklägerin,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

;

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter

Brüning, v. Franqué, Spannuth

nach der am 27. September 2001 geschlossenen mündlichen Verhandlung beschlos-
sen:

Spa./Ba-Bu.

Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen zu tragen.

Den Streitwert für das Berufungsverfahren hat der Senat bereits mit Beschluss vom 28. Februar 2001 auf 50.000 DM festgesetzt. Von der Erledigungserklärung an bemisst sich der Streitwert nach den bis dahin entstandenen Kosten.

Gründe

I.

Die Klägerin verlegt die F..... ZEITUNG (F.....) mit einem umfangreichen Stellenmarkt. Die Beklagte hat für das von ihr herausgegebene, konkurrierende Karrieremagazin "j.....de/" mit dem Hinweis "Europas unbegrenzter Karrieremarkt aus dem Internet" geworben (Anlage K 2; vgl. auch Anlage K 11).

Diese Werbung hat die Klägerin als irreführend beanstandet und die Beklagte u. a. deswegen mit der vorliegenden Klage auf Unterlassung in Anspruch genommen.

In dem vorangegangenen einstweiligen Verfügungsverfahren gleichen Rubrums war die Beklagte durch Urteil des Landgerichts Hamburg (312 O 225/00) vom 18. April 2000 zur Unterlassung verurteilt worden, und zwar entsprechend den vorliegend in erster Instanz zunächst gestellten Klageanträgen zu 1.) bis 3.). In der Verhandlung vor dem Senat am 12. Oktober 2000 über die dagegen eingelegte Berufung der Beklagten (3 U 107/00) hatten die Parteien die Verfügungsanträge zu 2.) und 3.) übereinstimmend für erledigt erklärt. Durch Urteil des Senats vom 16. November 2000 war die Berufung der Beklagten zurückgewiesen worden, soweit das Verfahren nicht übereinstimmend für erledigt erklärt worden ist (vgl. die Beilage Landgericht Hamburg 312 O 225/00 = HansOLG Hamburg 3 U 107/00).

Im vorliegenden Rechtsstreit haben die Parteien in der Verhandlung vor dem Landgericht am 17. November 2000 die Unterlassungsanträge zu 2.) und zu 3.) übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt. Durch Urteil vom 22. Dezember 2000 hat das Landgericht die Klage abgewiesen, soweit die Parteien den Rechtsstreit nicht übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt haben. Mit der dagegen form- und fristgerecht eingelegten und begründeten Berufung hat die Klägerin ihren erst-

instanzlichen Klageantrag zu 1.) weiter verfolgt. In der Berufungsverhandlung vor dem Senat am 27. September 2001 haben die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt; das Erscheinen der Zeitschrift "j.....de/" der Beklagten ist inzwischen eingestellt worden.

II.

Nachdem die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt haben, ist nur noch gemäß § 91 a ZPO über die Kosten zu entscheiden. Billigem Ermessen entspricht es, die Kosten des Rechtsstreits insgesamt der Beklagten aufzuerlegen.

Die Berufung der Klägerin - sie betrifft den durch das Landgericht abgewiesenen Klageantrag zu 1.) - hätte voraussichtlich Erfolg gehabt (1.). Die bereits in erster Instanz für erledigt erklärten Klageanträge zu 2.) und 3.) waren ebenfalls ursprünglich begründet, deswegen sind die Kosten erster Instanz auch insoweit der Beklagten aufzuerlegen (2.).

1.) Der mit dem Klageantrag zu 1.) geltend gemachte Unterlassungsanspruch war nach Auffassung des Senats aus § 3 Satz 1 UWG begründet. Insoweit hat die Beklagte billigerweise die Kosten in beiden Instanzen zu tragen.

(a) Der Gegenstand des Unterlassungsantrages war die werbliche Verwendung der angegriffenen Angabe "Europas unbegrenzter Karrieremarkt aus dem Internet" in Bezug auf die Zeitschrift "j.....de/", d. h. das Werben(lassen) für die Zeitschrift mit diesem Hinweis.

(b) Der angegriffene Werbehinweis ist entgegen dem Landgericht irreführend im Sinne des § 3 UWG. Ihn werden beachtliche Teile des angesprochenen Publikums (Leser und potentielle Inserenten der Zeitschrift "j.....de/") in einer den tatsächlichen Verhältnissen nicht entsprechenden Weise verstehen. Das hat der Senat bereits in seiner Entscheidung vom 16. November 2000 (3 U 107/00; Beiakte) im Einzelnen ausgeführt, hieran ist nach erneuter Überprüfung festzuhalten.

Das angesprochene, durchschnittlich verständige und aufmerksame Publikum wird auf Grund der in Bezug auf die Zeitschrift "j.....de/" gemachten Werbeangabe naheliegender den Eindruck gewinnen, die so beworbene Zeitschrift biete ihm jedenfalls auch Stellenanzeigen von europäischen Unternehmen außerhalb Deutschlands an, und zwar selbstverständlich nicht nur zu einem geringen Anteil, sondern in einem bedeutsamen Umfang.

(aa) Man erkennt aus der sprachüblichen Wendung ohne weiteres, dass die Zeitschrift "j.....de/" Stellenangebote "aus dem Internet" bietet und insoweit eine Auswahl aus den im Internet vorhandenen Stellenanzeigen ("Karrieremarkt") enthält. Diese Auswahl bezieht sich ausdrücklich und durch die Voranstellung auch betont auf "Europa"; hieraus ergibt sich, dass die Stellenangebote gerade nicht auf Deutschland beschränkt sind, sondern europäischen Bezug haben. Die Bestimmung "unbegrenzt" umschreibt nicht etwa nur das Internet mit seinen vielfältigen Möglichkeiten, sondern spielt erkennbar auch auf das neue Europa "ohne Grenzen" an, womit offensichtlich die beträchtlich verbreiteten beruflichen Chancen in Europa - und damit über Deutschland hinaus - gemeint sind.

Der Verkehr hat keine Veranlassung, der beanstandeten Werbung keinen tatsächlichen Aussageinhalt - und zwar im oben dargestellten, naheliegenden Sinne - zu entnehmen. Zeitschriften mit Stellenangeboten sind für Inserenten und Stellungssuchende von besonderem Interesse, hierzu gehört auch die selbstverständlich erwartete sachliche Information, welchen Zuschnitt die Stellenanzeigen in dem betreffenden Medium haben. Wer z. B. eine Führungsposition in Frankreich anbietet oder sucht, wird den Stellenmarkt einer diesen Bereich erfassenden Zeitschrift - etwa gegenüber nur regionalen Anzeigenblättern - bevorzugen.

Entgegen der Ansicht der Beklagten geht es bei der Werbeangabe nicht nur um die Erwähnung des "grenzenlosen" Internets, sondern um "Europas unbegrenzten Karrieremarkt", den nach dem Streitgegenstand die Zeitschrift "j.....de/" bieten soll. Deswegen kann es auch nicht darauf ankommen, dass man im Internet eine schier unerschöpfliche Vielzahl von Stellenangeboten finden wird; nicht "das Internet" oder ein Internet-Unternehmen wirbt für sich, sondern die Beklagte für ihre Zeitschrift. Damit wird - wie ausgeführt - ein konkreter Leistungsumfang angegeben, den das Karrieremagazin der Beklagten angeblich enthält.

Entgegen der Ansicht der Beklagten entnimmt man dem Hinweis "Europas unbegrenzter Karrieremarkt" auch nicht, dass es nur um inländische Stellenanzeigen "europäischer" Unternehmen in dem Sinne gehen soll, dass die betreffende Firma auch außerhalb Deutschlands tätig ist, die angebotene Stelle aber nur das Inland betrifft. Für einen europäischen Stellenmarkt ("Europas Karrieremarkt") wäre das eine unpassende und überzogene Umschreibung.

(bb) Diesem vorstehend aufgezeigten, schon nach der Lebenserfahrung naheliegenden Verkehrsverständnis steht nicht - so aber die Beklagte - der Umstand entgegen,

dass eine Zeitschrift naturgemäß durch die Seitenzahl begrenzt ist und daher nicht wie das Internet "unendlich" viele Anzeigen bieten kann. Gerade weil dem Publikum diese Erkenntnisse geläufig sind, wird es annehmen, dass die Zeitschrift "j.....de/" die oben näher beschriebene, speziell auf Europa bezogene Auswahl aus den Internet-Stellenangeboten ("Karrieremarkt aus dem Internet") bietet.

Es geht auch nicht um die von der Beklagten in den Vordergrund gestellte Frage, ob die Bedeutung von Stellenanzeigen in den Printmedien gegenüber denen im Internet zurückgeht oder nicht. Der Werbehinweis bezieht sich - wie ausgeführt - auf das Leistungsangebot der Zeitschrift "j.....de/".

(cc) Wie der Senat bereits in seinem Urteil vom 16. November 2000 (Beiakte) ausgeführt hat, wird der Verkehr die beanstandete Werbeangabe nicht etwa nur eingeschränkt auf das Stellenangebot eines bestimmten Unternehmens, und zwar das der Firma J.... & A..... AG, Bad Homburg (im folgenden: Firma JO.....), beziehen, aus der die Anzeigen der Zeitschrift "j.....de/" ausgewählt sind. Das Publikum hat für eine solche verengte Vorstellung keinen Anhalt.

Die Firma JO..... ist allerdings die Alleingesellschafterin der Beklagten und verbreitet ihrerseits unter der Internet-Domain "j.....de" gewerblich Stellenanzeigen für Inserenten im Internet. Der Titel der Zeitschrift "j.....de/" der Beklagten ist erkennbar wie eine Internet-Domain gebildet und stimmt mit der Internet-Domain der Firma JO..... überein. Gleichwohl sind diese Umstände nicht geeignet, beim Verkehr den Eindruck zu erwecken, es gehe nur um (eine Auswahl der) Internet-Stellenangebote der Firma JO..... Denn es handelt sich vorliegend um eine Werbung der Beklagten für ihre Zeitschrift "j.....de/", von der Firma JO..... und deren Angebot ist nicht die Rede.

(dd) Aus den vorstehenden Erwägungen folgt auch, dass der Werbeangabe nicht das Verständnis zugrunde gelegt werden kann, die Firma JO..... biete mit ihren Internet-Stellenangeboten einen Stellenmarkt europäischen Zuschnitts. Es geht - wie ausgeführt - allein um das Stellenangebot der Zeitschrift "j.....de/".

(ee) Tatsächlich entspricht der Stellenmarkt der Zeitschrift "j.....de/" nicht dem oben dargestellten, durch die beanstandete Angabe erweckten Eindruck. Wegen der damit gegebenen Relevanz der Fehlvorstellung ist der Werbehinweis irreführend.

Wie der Senat bereits in seiner Entscheidung vom 16. November 2000 ausgeführt hat, ergibt sich aus der von der Beklagten vorgelegten Auswertung der von ihr in der Zeitschrift "j.....de/" veröffentlichten Stellenanzeigen, dass der Anteil der Anzeigen mit

- wie oben ausgeführt - europäischem Bezug nur sehr gering und zudem rückläufig gewesen ist. Über 15 % der Stellenanzeigen betrafen bei keiner Ausgabe der Zeitschrift den europäischen Bereich, nur eine Ausgabe hatte mehr als 10 % europäische Stellenanzeigen, die Ausgaben Nr. 12/2000 bis Nr. 16/2000 blieben bei einem Anteil von unter 2 %. Dass diese Größenordnung des Anteils europäischer Stellenanzeigen nicht ausreichend ist, liegt nach Auffassung des Senats auf der Hand.

Soweit das Landgericht in dem angefochtenen Urteil noch ausgeführt hat, eine "nennenswerte Zahl von Anzeigen aus dem europäischen Ausland" sei ausreichend, um eine Irreführung durch die Angabe zu verneinen, und das ließe sich an Hand der Anteile in den Ausgaben der Zeitschrift "j.....de/" belegen, vermag der Senat dem nicht zu folgen. Nähere Angaben zur "nennenswerten" Zahl werden vom Landgericht nicht gemacht. An einen vermeintlich "europäischen" Stellenmarkt sind aber selbstverständlich nicht unerhebliche Anforderungen zu stellen; der vom Senat angenommene Anteil von mindestens 15 % dürfte eher an der unteren Grenze des Vertretbaren liegen.

(c) Auch die weiteren Voraussetzungen des Unterlassungsanspruchs, insbesondere die Wiederholungsgefahr, waren gegeben.

Der Unterlassungsantrag zu 1.) erfasste die konkrete Verletzungsform. Er bezieht sich auf die Werbung für die Zeitschrift "j.....de/" mit der beanstandeten Angabe. Das ist so auf dem Titelblatt dieser Zeitschrift in Form eines Untertitels geschehen (Anlage K 2). Eine solche Angabe bezieht der Verkehr selbstverständlich auf die Zeitschrift selbst, und nicht - so aber die Beklagte - allgemein auf Angebote im Internet oder auf das der Firma JO.....

(d) Nach alledem entspricht es der Billigkeit, bezüglich des Klageantrages zu 1.) der Beklagten die Kosten beider Instanzen aufzuerlegen.

2.) Soweit die Parteien den Rechtsstreit bereits in erster Instanz - hinsichtlich der Klageanträge zu 2.) und 3.) - übereinstimmend für erledigt erklärt haben, sind nach Auffassung des Senats ebenfalls die Kosten billigerweise der Beklagten aufzuerlegen.

(a) Die Firma JO..... verbreitet ihrerseits - wie ausgeführt - unter der Internet-Domain "j.....de" gewerblich Stellenanzeigen für Inserenten im Internet. Für diese Anzeigen hatte die Firma JO..... auf Bestellformularen mit folgendem, vom Interessenten anzukreuzenden Hinweis geworben:

"Ja, wir möchten dabei sein. Unsere bei J....& A..... geschalteten Anzeigen sollen während der Einführungsphase auch im j.....de-Karrieremagazin veröffentlicht werden. Dies ist kostenfrei" (Anlage K 3).

Entsprechend akquirierte Anzeigen hat die Beklagte demgemäß auch in ihrer Zeitschrift "j.....de/" geschaltet.

(b) Der Gegenstand der Klageanträge zu 2.) und 3.) ist das Werben(lassen) für die Zeitschrift "j.....de/" mit den oben zitierten Sätzen sowie die Durchführung so erteilter Anzeigenaufträge in der Zeitschrift "j.....de/".

(c) Die Klageanträge zu 2.) und 3.) waren ursprünglich aus den §§ 1, 2 ZugabeVO begründet.

Die Beklagte hat mit ihrer werblichen Ankündigung und ihrem ankündigungsgemäßen Schalten solcher Anzeigen gegen die - damals noch in Kraft stehende - ZugabeVO verstoßen. Das hat der Senat bereits mit Urteil vom 16. November 2000 ausgeführt. Hieran ist entgegen dem Landgericht festzuhalten.

Maßgeblich ist, dass die Muttergesellschaft der Beklagten (die Firma JO.....) im Zusammenwirken mit der Beklagten ihren - der Firma JO..... - Kunden, die bei ihr im Internet inserieren, zusätzlich kostenlos eine Anzeige in der Zeitschrift "j.....de/" angeboten hat, und zwar nicht nur Altkunden, sondern auch neuen Interessenten.

Brüning

v. Franqué

Spannuth



HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

BESCHLUSS

3 U 8/01
416 O 161/00

In dem Rechtsstreit

Verkündet am:
25. Oktober 2001

..... **Zeitung GmbH**,
vertreten durch die Geschäftsführer

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

Klägerin,
Berufungsbeklagte,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

gegen

..... **Verlags GmbH**,
vertreten durch die Geschäftsführer

Beklagte,
Berufungsklägerin,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

;

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter

Brüning, v. Franqué, Spannuth

nach der am 27. September 2001 geschlossenen mündlichen Verhandlung beschlos-
sen:

Spa./Ba-Bu.

Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen zu tragen.

Den Streitwert für das Berufungsverfahren hat der Senat bereits mit Beschluss vom 28. Februar 2001 auf 50.000 DM festgesetzt. Von der Erledigungserklärung an bemisst sich der Streitwert nach den bis dahin entstandenen Kosten.

Gründe

I.

Die Klägerin verlegt die F..... ZEITUNG (F.....) mit einem umfangreichen Stellenmarkt. Die Beklagte hat für das von ihr herausgegebene, konkurrierende Karrieremagazin "j.....de/" mit dem Hinweis "Europas unbegrenzter Karrieremarkt aus dem Internet" geworben (Anlage K 2; vgl. auch Anlage K 11).

Diese Werbung hat die Klägerin als irreführend beanstandet und die Beklagte u. a. deswegen mit der vorliegenden Klage auf Unterlassung in Anspruch genommen.

In dem vorangegangenen einstweiligen Verfügungsverfahren gleichen Rubrums war die Beklagte durch Urteil des Landgerichts Hamburg (312 O 225/00) vom 18. April 2000 zur Unterlassung verurteilt worden, und zwar entsprechend den vorliegend in erster Instanz zunächst gestellten Klageanträgen zu 1.) bis 3.). In der Verhandlung vor dem Senat am 12. Oktober 2000 über die dagegen eingelegte Berufung der Beklagten (3 U 107/00) hatten die Parteien die Verfügungsanträge zu 2.) und 3.) übereinstimmend für erledigt erklärt. Durch Urteil des Senats vom 16. November 2000 war die Berufung der Beklagten zurückgewiesen worden, soweit das Verfahren nicht übereinstimmend für erledigt erklärt worden ist (vgl. die Beilakte Landgericht Hamburg 312 O 225/00 = HansOLG Hamburg 3 U 107/00).

Im vorliegenden Rechtsstreit haben die Parteien in der Verhandlung vor dem Landgericht am 17. November 2000 die Unterlassungsanträge zu 2.) und zu 3.) übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt. Durch Urteil vom 22. Dezember 2000 hat das Landgericht die Klage abgewiesen, soweit die Parteien den Rechtsstreit nicht übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt haben. Mit der dagegen form- und fristgerecht eingelegten und begründeten Berufung hat die Klägerin ihren erst-

instanzlichen Klageantrag zu 1.) weiter verfolgt. In der Berufungsverhandlung vor dem Senat am 27. September 2001 haben die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt; das Erscheinen der Zeitschrift "j.....de/" der Beklagten ist inzwischen eingestellt worden.

II.

Nachdem die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt haben, ist nur noch gemäß § 91 a ZPO über die Kosten zu entscheiden. Billigem Ermessen entspricht es, die Kosten des Rechtsstreits insgesamt der Beklagten aufzuerlegen.

Die Berufung der Klägerin - sie betrifft den durch das Landgericht abgewiesenen Klageantrag zu 1.) - hätte voraussichtlich Erfolg gehabt (1.). Die bereits in erster Instanz für erledigt erklärten Klageanträge zu 2.) und 3.) waren ebenfalls ursprünglich begründet, deswegen sind die Kosten erster Instanz auch insoweit der Beklagten aufzuerlegen (2.).

1.) Der mit dem Klageantrag zu 1.) geltend gemachte Unterlassungsanspruch war nach Auffassung des Senats aus § 3 Satz 1 UWG begründet. Insoweit hat die Beklagte billigerweise die Kosten in beiden Instanzen zu tragen.

(a) Der Gegenstand des Unterlassungsantrages war die werbliche Verwendung der angegriffenen Angabe "Europas unbegrenzter Karrieremarkt aus dem Internet" in Bezug auf die Zeitschrift "j.....de/", d. h. das Werben(lassen) für die Zeitschrift mit diesem Hinweis.

(b) Der angegriffene Werbehinweis ist entgegen dem Landgericht irreführend im Sinne des § 3 UWG. Ihn werden beachtliche Teile des angesprochenen Publikums (Leser und potentielle Inserenten der Zeitschrift "j.....de/") in einer den tatsächlichen Verhältnissen nicht entsprechenden Weise verstehen. Das hat der Senat bereits in seiner Entscheidung vom 16. November 2000 (3 U 107/00; Beiakte) im Einzelnen ausgeführt, hieran ist nach erneuter Überprüfung festzuhalten.

Das angesprochene, durchschnittlich verständige und aufmerksame Publikum wird auf Grund der in Bezug auf die Zeitschrift "j.....de/" gemachten Werbeangabe naheliegend den Eindruck gewinnen, die so beworbene Zeitschrift biete ihm jedenfalls auch Stellenanzeigen von europäischen Unternehmen außerhalb Deutschlands an, und zwar selbstverständlich nicht nur zu einem geringen Anteil, sondern in einem bedeutsamen Umfang.

(aa) Man erkennt aus der sprachüblichen Wendung ohne weiteres, dass die Zeitschrift "j.....de/" Stellenangebote "aus dem Internet" bietet und insoweit eine Auswahl aus den im Internet vorhandenen Stellenanzeigen ("Karrieremarkt") enthält. Diese Auswahl bezieht sich ausdrücklich und durch die Voranstellung auch betont auf "Europa"; hieraus ergibt sich, dass die Stellenangebote gerade nicht auf Deutschland beschränkt sind, sondern europäischen Bezug haben. Die Bestimmung "unbegrenzt" umschreibt nicht etwa nur das Internet mit seinen vielfältigen Möglichkeiten, sondern spielt erkennbar auch auf das neue Europa "ohne Grenzen" an, womit offensichtlich die beträchtlich verbreiteten beruflichen Chancen in Europa - und damit über Deutschland hinaus - gemeint sind.

Der Verkehr hat keine Veranlassung, der beanstandeten Werbung keinen tatsächlichen Aussageinhalt - und zwar im oben dargestellten, naheliegenden Sinne - zu entnehmen. Zeitschriften mit Stellenangeboten sind für Inserenten und Stellungssuchende von besonderem Interesse, hierzu gehört auch die selbstverständlich erwartete sachliche Information, welchen Zuschnitt die Stellenanzeigen in dem betreffenden Medium haben. Wer z. B. eine Führungsposition in Frankreich anbietet oder sucht, wird den Stellenmarkt einer diesen Bereich erfassenden Zeitschrift - etwa gegenüber nur regionalen Anzeigenblättern - bevorzugen.

Entgegen der Ansicht der Beklagten geht es bei der Werbeangabe nicht nur um die Erwähnung des "grenzenlosen" Internets, sondern um "Europas unbegrenzten Karrieremarkt", den nach dem Streitgegenstand die Zeitschrift "j.....de/" bieten soll. Deswegen kann es auch nicht darauf ankommen, dass man im Internet eine schier unerschöpfliche Vielzahl von Stellenangeboten finden wird; nicht "das Internet" oder ein Internet-Unternehmen wirbt für sich, sondern die Beklagte für ihre Zeitschrift. Damit wird - wie ausgeführt - ein konkreter Leistungsumfang angegeben, den das Karrieremagazin der Beklagten angeblich enthält.

Entgegen der Ansicht der Beklagten entnimmt man dem Hinweis "Europas unbegrenzter Karrieremarkt" auch nicht, dass es nur um inländische Stellenanzeigen "europäischer" Unternehmen in dem Sinne gehen soll, dass die betreffende Firma auch außerhalb Deutschlands tätig ist, die angebotene Stelle aber nur das Inland betrifft. Für einen europäischen Stellenmarkt ("Europas Karrieremarkt") wäre das eine unpassende und überzogene Umschreibung.

(bb) Diesem vorstehend aufgezeigten, schon nach der Lebenserfahrung naheliegenden Verkehrsverständnis steht nicht - so aber die Beklagte - der Umstand entgegen,

dass eine Zeitschrift naturgemäß durch die Seitenzahl begrenzt ist und daher nicht wie das Internet "unendlich" viele Anzeigen bieten kann. Gerade weil dem Publikum diese Erkenntnisse geläufig sind, wird es annehmen, dass die Zeitschrift "j.....de/" die oben näher beschriebene, speziell auf Europa bezogene Auswahl aus den Internet-Stellenangeboten ("Karrieremarkt aus dem Internet") bietet.

Es geht auch nicht um die von der Beklagten in den Vordergrund gestellte Frage, ob die Bedeutung von Stellenanzeigen in den Printmedien gegenüber denen im Internet zurückgeht oder nicht. Der Werbehinweis bezieht sich - wie ausgeführt - auf das Leistungsangebot der Zeitschrift "j.....de/".

(cc) Wie der Senat bereits in seinem Urteil vom 16. November 2000 (Beiakte) ausgeführt hat, wird der Verkehr die beanstandete Werbeangabe nicht etwa nur eingeschränkt auf das Stellenangebot eines bestimmten Unternehmens, und zwar das der Firma J.... & A..... AG, Bad Homburg (im folgenden: Firma JO.....), beziehen, aus der die Anzeigen der Zeitschrift "j.....de/" ausgewählt sind. Das Publikum hat für eine solche verengte Vorstellung keinen Anhalt.

Die Firma JO..... ist allerdings die Alleingesellschafterin der Beklagten und verbreitet ihrerseits unter der Internet-Domain "j.....de" gewerblich Stellenanzeigen für Inserenten im Internet. Der Titel der Zeitschrift "j.....de/" der Beklagten ist erkennbar wie eine Internet-Domain gebildet und stimmt mit der Internet-Domain der Firma JO..... überein. Gleichwohl sind diese Umstände nicht geeignet, beim Verkehr den Eindruck zu erwecken, es gehe nur um (eine Auswahl der) Internet-Stellenangebote der Firma JO..... Denn es handelt sich vorliegend um eine Werbung der Beklagten für ihre Zeitschrift "j.....de/", von der Firma JO..... und deren Angebot ist nicht die Rede.

(dd) Aus den vorstehenden Erwägungen folgt auch, dass der Werbeangabe nicht das Verständnis zugrunde gelegt werden kann, die Firma JO..... biete mit ihren Internet-Stellenangeboten einen Stellenmarkt europäischen Zuschnitts. Es geht - wie ausgeführt - allein um das Stellenangebot der Zeitschrift "j.....de/".

(ee) Tatsächlich entspricht der Stellenmarkt der Zeitschrift "j.....de/" nicht dem oben dargestellten, durch die beanstandete Angabe erweckten Eindruck. Wegen der damit gegebenen Relevanz der Fehlvorstellung ist der Werbehinweis irreführend.

Wie der Senat bereits in seiner Entscheidung vom 16. November 2000 ausgeführt hat, ergibt sich aus der von der Beklagten vorgelegten Auswertung der von ihr in der Zeitschrift "j.....de/" veröffentlichten Stellenanzeigen, dass der Anteil der Anzeigen mit

- wie oben ausgeführt - europäischem Bezug nur sehr gering und zudem rückläufig gewesen ist. Über 15 % der Stellenanzeigen betrafen bei keiner Ausgabe der Zeitschrift den europäischen Bereich, nur eine Ausgabe hatte mehr als 10 % europäische Stellenanzeigen, die Ausgaben Nr. 12/2000 bis Nr. 16/2000 blieben bei einem Anteil von unter 2 %. Dass diese Größenordnung des Anteils europäischer Stellenanzeigen nicht ausreichend ist, liegt nach Auffassung des Senats auf der Hand.

Soweit das Landgericht in dem angefochtenen Urteil noch ausgeführt hat, eine "nennenswerte Zahl von Anzeigen aus dem europäischen Ausland" sei ausreichend, um eine Irreführung durch die Angabe zu verneinen, und das ließe sich an Hand der Anteile in den Ausgaben der Zeitschrift "j.....de/" belegen, vermag der Senat dem nicht zu folgen. Nähere Angaben zur "nennenswerten" Zahl werden vom Landgericht nicht gemacht. An einen vermeintlich "europäischen" Stellenmarkt sind aber selbstverständlich nicht unerhebliche Anforderungen zu stellen; der vom Senat angenommene Anteil von mindestens 15 % dürfte eher an der unteren Grenze des Vertretbaren liegen.

(c) Auch die weiteren Voraussetzungen des Unterlassungsanspruchs, insbesondere die Wiederholungsgefahr, waren gegeben.

Der Unterlassungsantrag zu 1.) erfasste die konkrete Verletzungsform. Er bezieht sich auf die Werbung für die Zeitschrift "j.....de/" mit der beanstandeten Angabe. Das ist so auf dem Titelblatt dieser Zeitschrift in Form eines Untertitels geschehen (Anlage K 2). Eine solche Angabe bezieht der Verkehr selbstverständlich auf die Zeitschrift selbst, und nicht - so aber die Beklagte - allgemein auf Angebote im Internet oder auf das der Firma JO.....

(d) Nach alledem entspricht es der Billigkeit, bezüglich des Klageantrages zu 1.) der Beklagten die Kosten beider Instanzen aufzuerlegen.

2.) Soweit die Parteien den Rechtsstreit bereits in erster Instanz - hinsichtlich der Klageanträge zu 2.) und 3.) - übereinstimmend für erledigt erklärt haben, sind nach Auffassung des Senats ebenfalls die Kosten billigerweise der Beklagten aufzuerlegen.

(a) Die Firma JO..... verbreitet ihrerseits - wie ausgeführt - unter der Internet-Domain "j.....de" gewerblich Stellenanzeigen für Inserenten im Internet. Für diese Anzeigen hatte die Firma JO..... auf Bestellformularen mit folgendem, vom Interessenten anzukreuzenden Hinweis geworben:

"Ja, wir möchten dabei sein. Unsere bei J....& A..... geschalteten Anzeigen sollen während der Einführungsphase auch im j.....de-Karrieremagazin veröffentlicht werden. Dies ist kostenfrei" (Anlage K 3).

Entsprechend akquirierte Anzeigen hat die Beklagte demgemäß auch in ihrer Zeitschrift "j.....de/" geschaltet.

(b) Der Gegenstand der Klageanträge zu 2.) und 3.) ist das Werben(lassen) für die Zeitschrift "j.....de/" mit den oben zitierten Sätzen sowie die Durchführung so erteilter Anzeigenaufträge in der Zeitschrift "j.....de/".

(c) Die Klageanträge zu 2.) und 3.) waren ursprünglich aus den §§ 1, 2 ZugabeVO begründet.

Die Beklagte hat mit ihrer werblichen Ankündigung und ihrem ankündigungsgemäßen Schalten solcher Anzeigen gegen die - damals noch in Kraft stehende - ZugabeVO verstoßen. Das hat der Senat bereits mit Urteil vom 16. November 2000 ausgeführt. Hieran ist entgegen dem Landgericht festzuhalten.

Maßgeblich ist, dass die Muttergesellschaft der Beklagten (die Firma JO.....) im Zusammenwirken mit der Beklagten ihren - der Firma JO..... - Kunden, die bei ihr im Internet inserieren, zusätzlich kostenlos eine Anzeige in der Zeitschrift "j.....de/" angeboten hat, und zwar nicht nur Altkunden, sondern auch neuen Interessenten.

Brüning

v. Franqué

Spannuth



HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

BESCHLUSS

3 U 8/01
416 O 161/00

In dem Rechtsstreit

Verkündet am:
25. Oktober 2001

..... **Zeitung GmbH**,
vertreten durch die Geschäftsführer

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

Klägerin,
Berufungsbeklagte,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

gegen

..... **Verlags GmbH**,
vertreten durch die Geschäftsführer

Beklagte,
Berufungsklägerin,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

;

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter

Brüning, v. Franqué, Spannuth

nach der am 27. September 2001 geschlossenen mündlichen Verhandlung beschlos-
sen:

Spa./Ba-Bu.

Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen zu tragen.

Den Streitwert für das Berufungsverfahren hat der Senat bereits mit Beschluss vom 28. Februar 2001 auf 50.000 DM festgesetzt. Von der Erledigungserklärung an bemisst sich der Streitwert nach den bis dahin entstandenen Kosten.

Gründe

I.

Die Klägerin verlegt die F..... ZEITUNG (F.....) mit einem umfangreichen Stellenmarkt. Die Beklagte hat für das von ihr herausgegebene, konkurrierende Karrieremagazin "j.....de/" mit dem Hinweis "Europas unbegrenzter Karrieremarkt aus dem Internet" geworben (Anlage K 2; vgl. auch Anlage K 11).

Diese Werbung hat die Klägerin als irreführend beanstandet und die Beklagte u. a. deswegen mit der vorliegenden Klage auf Unterlassung in Anspruch genommen.

In dem vorangegangenen einstweiligen Verfügungsverfahren gleichen Rubrums war die Beklagte durch Urteil des Landgerichts Hamburg (312 O 225/00) vom 18. April 2000 zur Unterlassung verurteilt worden, und zwar entsprechend den vorliegend in erster Instanz zunächst gestellten Klageanträgen zu 1.) bis 3.). In der Verhandlung vor dem Senat am 12. Oktober 2000 über die dagegen eingelegte Berufung der Beklagten (3 U 107/00) hatten die Parteien die Verfügungsanträge zu 2.) und 3.) übereinstimmend für erledigt erklärt. Durch Urteil des Senats vom 16. November 2000 war die Berufung der Beklagten zurückgewiesen worden, soweit das Verfahren nicht übereinstimmend für erledigt erklärt worden ist (vgl. die Beilage Landgericht Hamburg 312 O 225/00 = HansOLG Hamburg 3 U 107/00).

Im vorliegenden Rechtsstreit haben die Parteien in der Verhandlung vor dem Landgericht am 17. November 2000 die Unterlassungsanträge zu 2.) und zu 3.) übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt. Durch Urteil vom 22. Dezember 2000 hat das Landgericht die Klage abgewiesen, soweit die Parteien den Rechtsstreit nicht übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt haben. Mit der dagegen form- und fristgerecht eingelegten und begründeten Berufung hat die Klägerin ihren erst-

instanzlichen Klageantrag zu 1.) weiter verfolgt. In der Berufungsverhandlung vor dem Senat am 27. September 2001 haben die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt; das Erscheinen der Zeitschrift "j.....de/" der Beklagten ist inzwischen eingestellt worden.

II.

Nachdem die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt haben, ist nur noch gemäß § 91 a ZPO über die Kosten zu entscheiden. Billigem Ermessen entspricht es, die Kosten des Rechtsstreits insgesamt der Beklagten aufzuerlegen.

Die Berufung der Klägerin - sie betrifft den durch das Landgericht abgewiesenen Klageantrag zu 1.) - hätte voraussichtlich Erfolg gehabt (1.). Die bereits in erster Instanz für erledigt erklärten Klageanträge zu 2.) und 3.) waren ebenfalls ursprünglich begründet, deswegen sind die Kosten erster Instanz auch insoweit der Beklagten aufzuerlegen (2.).

1.) Der mit dem Klageantrag zu 1.) geltend gemachte Unterlassungsanspruch war nach Auffassung des Senats aus § 3 Satz 1 UWG begründet. Insoweit hat die Beklagte billigerweise die Kosten in beiden Instanzen zu tragen.

(a) Der Gegenstand des Unterlassungsantrages war die werbliche Verwendung der angegriffenen Angabe "Europas unbegrenzter Karrieremarkt aus dem Internet" in Bezug auf die Zeitschrift "j.....de/", d. h. das Werben(lassen) für die Zeitschrift mit diesem Hinweis.

(b) Der angegriffene Werbehinweis ist entgegen dem Landgericht irreführend im Sinne des § 3 UWG. Ihn werden beachtliche Teile des angesprochenen Publikums (Leser und potentielle Inserenten der Zeitschrift "j.....de/") in einer den tatsächlichen Verhältnissen nicht entsprechenden Weise verstehen. Das hat der Senat bereits in seiner Entscheidung vom 16. November 2000 (3 U 107/00; Beiakte) im Einzelnen ausgeführt, hieran ist nach erneuter Überprüfung festzuhalten.

Das angesprochene, durchschnittlich verständige und aufmerksame Publikum wird auf Grund der in Bezug auf die Zeitschrift "j.....de/" gemachten Werbeangabe naheliegend den Eindruck gewinnen, die so beworbene Zeitschrift biete ihm jedenfalls auch Stellenanzeigen von europäischen Unternehmen außerhalb Deutschlands an, und zwar selbstverständlich nicht nur zu einem geringen Anteil, sondern in einem bedeutsamen Umfang.

(aa) Man erkennt aus der sprachüblichen Wendung ohne weiteres, dass die Zeitschrift "j.....de/" Stellenangebote "aus dem Internet" bietet und insoweit eine Auswahl aus den im Internet vorhandenen Stellenanzeigen ("Karrieremarkt") enthält. Diese Auswahl bezieht sich ausdrücklich und durch die Voranstellung auch betont auf "Europa"; hieraus ergibt sich, dass die Stellenangebote gerade nicht auf Deutschland beschränkt sind, sondern europäischen Bezug haben. Die Bestimmung "unbegrenzt" umschreibt nicht etwa nur das Internet mit seinen vielfältigen Möglichkeiten, sondern spielt erkennbar auch auf das neue Europa "ohne Grenzen" an, womit offensichtlich die beträchtlich verbreiteten beruflichen Chancen in Europa - und damit über Deutschland hinaus - gemeint sind.

Der Verkehr hat keine Veranlassung, der beanstandeten Werbung keinen tatsächlichen Aussageinhalt - und zwar im oben dargestellten, naheliegenden Sinne - zu entnehmen. Zeitschriften mit Stellenangeboten sind für Inserenten und Stellungssuchende von besonderem Interesse, hierzu gehört auch die selbstverständlich erwartete sachliche Information, welchen Zuschnitt die Stellenanzeigen in dem betreffenden Medium haben. Wer z. B. eine Führungsposition in Frankreich anbietet oder sucht, wird den Stellenmarkt einer diesen Bereich erfassenden Zeitschrift - etwa gegenüber nur regionalen Anzeigenblättern - bevorzugen.

Entgegen der Ansicht der Beklagten geht es bei der Werbeangabe nicht nur um die Erwähnung des "grenzenlosen" Internets, sondern um "Europas unbegrenzten Karrieremarkt", den nach dem Streitgegenstand die Zeitschrift "j.....de/" bieten soll. Deswegen kann es auch nicht darauf ankommen, dass man im Internet eine schier unerschöpfliche Vielzahl von Stellenangeboten finden wird; nicht "das Internet" oder ein Internet-Unternehmen wirbt für sich, sondern die Beklagte für ihre Zeitschrift. Damit wird - wie ausgeführt - ein konkreter Leistungsumfang angegeben, den das Karrieremagazin der Beklagten angeblich enthält.

Entgegen der Ansicht der Beklagten entnimmt man dem Hinweis "Europas unbegrenzter Karrieremarkt" auch nicht, dass es nur um inländische Stellenanzeigen "europäischer" Unternehmen in dem Sinne gehen soll, dass die betreffende Firma auch außerhalb Deutschlands tätig ist, die angebotene Stelle aber nur das Inland betrifft. Für einen europäischen Stellenmarkt ("Europas Karrieremarkt") wäre das eine unpassende und überzogene Umschreibung.

(bb) Diesem vorstehend aufgezeigten, schon nach der Lebenserfahrung naheliegenden Verkehrsverständnis steht nicht - so aber die Beklagte - der Umstand entgegen,

dass eine Zeitschrift naturgemäß durch die Seitenzahl begrenzt ist und daher nicht wie das Internet "unendlich" viele Anzeigen bieten kann. Gerade weil dem Publikum diese Erkenntnisse geläufig sind, wird es annehmen, dass die Zeitschrift "j.....de/" die oben näher beschriebene, speziell auf Europa bezogene Auswahl aus den Internet-Stellenangeboten ("Karrieremarkt aus dem Internet") bietet.

Es geht auch nicht um die von der Beklagten in den Vordergrund gestellte Frage, ob die Bedeutung von Stellenanzeigen in den Printmedien gegenüber denen im Internet zurückgeht oder nicht. Der Werbehinweis bezieht sich - wie ausgeführt - auf das Leistungsangebot der Zeitschrift "j.....de/".

(cc) Wie der Senat bereits in seinem Urteil vom 16. November 2000 (Beiakte) ausgeführt hat, wird der Verkehr die beanstandete Werbeangabe nicht etwa nur eingeschränkt auf das Stellenangebot eines bestimmten Unternehmens, und zwar das der Firma J.... & A..... AG, Bad Homburg (im folgenden: Firma JO.....), beziehen, aus der die Anzeigen der Zeitschrift "j.....de/" ausgewählt sind. Das Publikum hat für eine solche verengte Vorstellung keinen Anhalt.

Die Firma JO..... ist allerdings die Alleingesellschafterin der Beklagten und verbreitet ihrerseits unter der Internet-Domain "j.....de" gewerblich Stellenanzeigen für Inserenten im Internet. Der Titel der Zeitschrift "j.....de/" der Beklagten ist erkennbar wie eine Internet-Domain gebildet und stimmt mit der Internet-Domain der Firma JO..... überein. Gleichwohl sind diese Umstände nicht geeignet, beim Verkehr den Eindruck zu erwecken, es gehe nur um (eine Auswahl der) Internet-Stellenangebote der Firma JO..... Denn es handelt sich vorliegend um eine Werbung der Beklagten für ihre Zeitschrift "j.....de/", von der Firma JO..... und deren Angebot ist nicht die Rede.

(dd) Aus den vorstehenden Erwägungen folgt auch, dass der Werbeangabe nicht das Verständnis zugrunde gelegt werden kann, die Firma JO..... biete mit ihren Internet-Stellenangeboten einen Stellenmarkt europäischen Zuschnitts. Es geht - wie ausgeführt - allein um das Stellenangebot der Zeitschrift "j.....de/".

(ee) Tatsächlich entspricht der Stellenmarkt der Zeitschrift "j.....de/" nicht dem oben dargestellten, durch die beanstandete Angabe erweckten Eindruck. Wegen der damit gegebenen Relevanz der Fehlvorstellung ist der Werbehinweis irreführend.

Wie der Senat bereits in seiner Entscheidung vom 16. November 2000 ausgeführt hat, ergibt sich aus der von der Beklagten vorgelegten Auswertung der von ihr in der Zeitschrift "j.....de/" veröffentlichten Stellenanzeigen, dass der Anteil der Anzeigen mit

- wie oben ausgeführt - europäischem Bezug nur sehr gering und zudem rückläufig gewesen ist. Über 15 % der Stellenanzeigen betrafen bei keiner Ausgabe der Zeitschrift den europäischen Bereich, nur eine Ausgabe hatte mehr als 10 % europäische Stellenanzeigen, die Ausgaben Nr. 12/2000 bis Nr. 16/2000 blieben bei einem Anteil von unter 2 %. Dass diese Größenordnung des Anteils europäischer Stellenanzeigen nicht ausreichend ist, liegt nach Auffassung des Senats auf der Hand.

Soweit das Landgericht in dem angefochtenen Urteil noch ausgeführt hat, eine "nennenswerte Zahl von Anzeigen aus dem europäischen Ausland" sei ausreichend, um eine Irreführung durch die Angabe zu verneinen, und das ließe sich an Hand der Anteile in den Ausgaben der Zeitschrift "j.....de/" belegen, vermag der Senat dem nicht zu folgen. Nähere Angaben zur "nennenswerten" Zahl werden vom Landgericht nicht gemacht. An einen vermeintlich "europäischen" Stellenmarkt sind aber selbstverständlich nicht unerhebliche Anforderungen zu stellen; der vom Senat angenommene Anteil von mindestens 15 % dürfte eher an der unteren Grenze des Vertretbaren liegen.

(c) Auch die weiteren Voraussetzungen des Unterlassungsanspruchs, insbesondere die Wiederholungsgefahr, waren gegeben.

Der Unterlassungsantrag zu 1.) erfasste die konkrete Verletzungsform. Er bezieht sich auf die Werbung für die Zeitschrift "j.....de/" mit der beanstandeten Angabe. Das ist so auf dem Titelblatt dieser Zeitschrift in Form eines Untertitels geschehen (Anlage K 2). Eine solche Angabe bezieht der Verkehr selbstverständlich auf die Zeitschrift selbst, und nicht - so aber die Beklagte - allgemein auf Angebote im Internet oder auf das der Firma JO.....

(d) Nach alledem entspricht es der Billigkeit, bezüglich des Klageantrages zu 1.) der Beklagten die Kosten beider Instanzen aufzuerlegen.

2.) Soweit die Parteien den Rechtsstreit bereits in erster Instanz - hinsichtlich der Klageanträge zu 2.) und 3.) - übereinstimmend für erledigt erklärt haben, sind nach Auffassung des Senats ebenfalls die Kosten billigerweise der Beklagten aufzuerlegen.

(a) Die Firma JO..... verbreitet ihrerseits - wie ausgeführt - unter der Internet-Domain "j.....de" gewerblich Stellenanzeigen für Inserenten im Internet. Für diese Anzeigen hatte die Firma JO..... auf Bestellformularen mit folgendem, vom Interessenten anzukreuzenden Hinweis geworben:

"Ja, wir möchten dabei sein. Unsere bei J....& A..... geschalteten Anzeigen sollen während der Einführungsphase auch im j.....de-Karrieremagazin veröffentlicht werden. Dies ist kostenfrei" (Anlage K 3).

Entsprechend akquirierte Anzeigen hat die Beklagte demgemäß auch in ihrer Zeitschrift "j.....de/" geschaltet.

(b) Der Gegenstand der Klageanträge zu 2.) und 3.) ist das Werben(lassen) für die Zeitschrift "j.....de/" mit den oben zitierten Sätzen sowie die Durchführung so erteilter Anzeigenaufträge in der Zeitschrift "j.....de/".

(c) Die Klageanträge zu 2.) und 3.) waren ursprünglich aus den §§ 1, 2 ZugabeVO begründet.

Die Beklagte hat mit ihrer werblichen Ankündigung und ihrem ankündigungsgemäßen Schalten solcher Anzeigen gegen die - damals noch in Kraft stehende - ZugabeVO verstoßen. Das hat der Senat bereits mit Urteil vom 16. November 2000 ausgeführt. Hieran ist entgegen dem Landgericht festzuhalten.

Maßgeblich ist, dass die Muttergesellschaft der Beklagten (die Firma JO.....) im Zusammenwirken mit der Beklagten ihren - der Firma JO..... - Kunden, die bei ihr im Internet inserieren, zusätzlich kostenlos eine Anzeige in der Zeitschrift "j.....de/" angeboten hat, und zwar nicht nur Altkunden, sondern auch neuen Interessenten.

Brüning

v. Franqué

Spannuth



HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT

BESCHLUSS

3 U 8/01
416 O 161/00

In dem Rechtsstreit

Verkündet am:
25. Oktober 2001

..... **Zeitung GmbH**,
vertreten durch die Geschäftsführer

Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle.

Klägerin,
Berufungsbeklagte,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

gegen

..... **Verlags GmbH**,
vertreten durch die Geschäftsführer

Beklagte,
Berufungsklägerin,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

;

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter

Brüning, v. Franqué, Spannuth

nach der am 27. September 2001 geschlossenen mündlichen Verhandlung beschlos-
sen:

Spa./Ba-Bu.

Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen zu tragen.

Den Streitwert für das Berufungsverfahren hat der Senat bereits mit Beschluss vom 28. Februar 2001 auf 50.000 DM festgesetzt. Von der Erledigungserklärung an bemisst sich der Streitwert nach den bis dahin entstandenen Kosten.

Gründe

I.

Die Klägerin verlegt die F..... ZEITUNG (F.....) mit einem umfangreichen Stellenmarkt. Die Beklagte hat für das von ihr herausgegebene, konkurrierende Karrieremagazin "j.....de/" mit dem Hinweis "Europas unbegrenzter Karrieremarkt aus dem Internet" geworben (Anlage K 2; vgl. auch Anlage K 11).

Diese Werbung hat die Klägerin als irreführend beanstandet und die Beklagte u. a. deswegen mit der vorliegenden Klage auf Unterlassung in Anspruch genommen.

In dem vorangegangenen einstweiligen Verfügungsverfahren gleichen Rubrums war die Beklagte durch Urteil des Landgerichts Hamburg (312 O 225/00) vom 18. April 2000 zur Unterlassung verurteilt worden, und zwar entsprechend den vorliegend in erster Instanz zunächst gestellten Klageanträgen zu 1.) bis 3.). In der Verhandlung vor dem Senat am 12. Oktober 2000 über die dagegen eingelegte Berufung der Beklagten (3 U 107/00) hatten die Parteien die Verfügungsanträge zu 2.) und 3.) übereinstimmend für erledigt erklärt. Durch Urteil des Senats vom 16. November 2000 war die Berufung der Beklagten zurückgewiesen worden, soweit das Verfahren nicht übereinstimmend für erledigt erklärt worden ist (vgl. die Beilakte Landgericht Hamburg 312 O 225/00 = HansOLG Hamburg 3 U 107/00).

Im vorliegenden Rechtsstreit haben die Parteien in der Verhandlung vor dem Landgericht am 17. November 2000 die Unterlassungsanträge zu 2.) und zu 3.) übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt. Durch Urteil vom 22. Dezember 2000 hat das Landgericht die Klage abgewiesen, soweit die Parteien den Rechtsstreit nicht übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt haben. Mit der dagegen form- und fristgerecht eingelegten und begründeten Berufung hat die Klägerin ihren erst-

instanzlichen Klageantrag zu 1.) weiter verfolgt. In der Berufungsverhandlung vor dem Senat am 27. September 2001 haben die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt; das Erscheinen der Zeitschrift "j.....de/" der Beklagten ist inzwischen eingestellt worden.

II.

Nachdem die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend in der Hauptsache für erledigt erklärt haben, ist nur noch gemäß § 91 a ZPO über die Kosten zu entscheiden. Billigem Ermessen entspricht es, die Kosten des Rechtsstreits insgesamt der Beklagten aufzuerlegen.

Die Berufung der Klägerin - sie betrifft den durch das Landgericht abgewiesenen Klageantrag zu 1.) - hätte voraussichtlich Erfolg gehabt (1.). Die bereits in erster Instanz für erledigt erklärten Klageanträge zu 2.) und 3.) waren ebenfalls ursprünglich begründet, deswegen sind die Kosten erster Instanz auch insoweit der Beklagten aufzuerlegen (2.).

1.) Der mit dem Klageantrag zu 1.) geltend gemachte Unterlassungsanspruch war nach Auffassung des Senats aus § 3 Satz 1 UWG begründet. Insoweit hat die Beklagte billigerweise die Kosten in beiden Instanzen zu tragen.

(a) Der Gegenstand des Unterlassungsantrages war die werbliche Verwendung der angegriffenen Angabe "Europas unbegrenzter Karrieremarkt aus dem Internet" in Bezug auf die Zeitschrift "j.....de/", d. h. das Werben(lassen) für die Zeitschrift mit diesem Hinweis.

(b) Der angegriffene Werbehinweis ist entgegen dem Landgericht irreführend im Sinne des § 3 UWG. Ihn werden beachtliche Teile des angesprochenen Publikums (Leser und potentielle Inserenten der Zeitschrift "j.....de/") in einer den tatsächlichen Verhältnissen nicht entsprechenden Weise verstehen. Das hat der Senat bereits in seiner Entscheidung vom 16. November 2000 (3 U 107/00; Beiakte) im Einzelnen ausgeführt, hieran ist nach erneuter Überprüfung festzuhalten.

Das angesprochene, durchschnittlich verständige und aufmerksame Publikum wird auf Grund der in Bezug auf die Zeitschrift "j.....de/" gemachten Werbeangabe naheliegend den Eindruck gewinnen, die so beworbene Zeitschrift biete ihm jedenfalls auch Stellenanzeigen von europäischen Unternehmen außerhalb Deutschlands an, und zwar selbstverständlich nicht nur zu einem geringen Anteil, sondern in einem bedeutsamen Umfang.

(aa) Man erkennt aus der sprachüblichen Wendung ohne weiteres, dass die Zeitschrift "j.....de/" Stellenangebote "aus dem Internet" bietet und insoweit eine Auswahl aus den im Internet vorhandenen Stellenanzeigen ("Karrieremarkt") enthält. Diese Auswahl bezieht sich ausdrücklich und durch die Voranstellung auch betont auf "Europa"; hieraus ergibt sich, dass die Stellenangebote gerade nicht auf Deutschland beschränkt sind, sondern europäischen Bezug haben. Die Bestimmung "unbegrenzt" umschreibt nicht etwa nur das Internet mit seinen vielfältigen Möglichkeiten, sondern spielt erkennbar auch auf das neue Europa "ohne Grenzen" an, womit offensichtlich die beträchtlich verbreiteten beruflichen Chancen in Europa - und damit über Deutschland hinaus - gemeint sind.

Der Verkehr hat keine Veranlassung, der beanstandeten Werbung keinen tatsächlichen Aussageinhalt - und zwar im oben dargestellten, naheliegenden Sinne - zu entnehmen. Zeitschriften mit Stellenangeboten sind für Inserenten und Stellungssuchende von besonderem Interesse, hierzu gehört auch die selbstverständlich erwartete sachliche Information, welchen Zuschnitt die Stellenanzeigen in dem betreffenden Medium haben. Wer z. B. eine Führungsposition in Frankreich anbietet oder sucht, wird den Stellenmarkt einer diesen Bereich erfassenden Zeitschrift - etwa gegenüber nur regionalen Anzeigenblättern - bevorzugen.

Entgegen der Ansicht der Beklagten geht es bei der Werbeangabe nicht nur um die Erwähnung des "grenzenlosen" Internets, sondern um "Europas unbegrenzten Karrieremarkt", den nach dem Streitgegenstand die Zeitschrift "j.....de/" bieten soll. Deswegen kann es auch nicht darauf ankommen, dass man im Internet eine schier unerschöpfliche Vielzahl von Stellenangeboten finden wird; nicht "das Internet" oder ein Internet-Unternehmen wirbt für sich, sondern die Beklagte für ihre Zeitschrift. Damit wird - wie ausgeführt - ein konkreter Leistungsumfang angegeben, den das Karrieremagazin der Beklagten angeblich enthält.

Entgegen der Ansicht der Beklagten entnimmt man dem Hinweis "Europas unbegrenzter Karrieremarkt" auch nicht, dass es nur um inländische Stellenanzeigen "europäischer" Unternehmen in dem Sinne gehen soll, dass die betreffende Firma auch außerhalb Deutschlands tätig ist, die angebotene Stelle aber nur das Inland betrifft. Für einen europäischen Stellenmarkt ("Europas Karrieremarkt") wäre das eine unpassende und überzogene Umschreibung.

(bb) Diesem vorstehend aufgezeigten, schon nach der Lebenserfahrung naheliegenden Verkehrsverständnis steht nicht - so aber die Beklagte - der Umstand entgegen,

dass eine Zeitschrift naturgemäß durch die Seitenzahl begrenzt ist und daher nicht wie das Internet "unendlich" viele Anzeigen bieten kann. Gerade weil dem Publikum diese Erkenntnisse geläufig sind, wird es annehmen, dass die Zeitschrift "j.....de/" die oben näher beschriebene, speziell auf Europa bezogene Auswahl aus den Internet-Stellenangeboten ("Karrieremarkt aus dem Internet") bietet.

Es geht auch nicht um die von der Beklagten in den Vordergrund gestellte Frage, ob die Bedeutung von Stellenanzeigen in den Printmedien gegenüber denen im Internet zurückgeht oder nicht. Der Werbehinweis bezieht sich - wie ausgeführt - auf das Leistungsangebot der Zeitschrift "j.....de/".

(cc) Wie der Senat bereits in seinem Urteil vom 16. November 2000 (Beiakte) ausgeführt hat, wird der Verkehr die beanstandete Werbeangabe nicht etwa nur eingeschränkt auf das Stellenangebot eines bestimmten Unternehmens, und zwar das der Firma J.... & A..... AG, Bad Homburg (im folgenden: Firma JO.....), beziehen, aus der die Anzeigen der Zeitschrift "j.....de/" ausgewählt sind. Das Publikum hat für eine solche verengte Vorstellung keinen Anhalt.

Die Firma JO..... ist allerdings die Alleingesellschafterin der Beklagten und verbreitet ihrerseits unter der Internet-Domain "j.....de" gewerblich Stellenanzeigen für Inserenten im Internet. Der Titel der Zeitschrift "j.....de/" der Beklagten ist erkennbar wie eine Internet-Domain gebildet und stimmt mit der Internet-Domain der Firma JO..... überein. Gleichwohl sind diese Umstände nicht geeignet, beim Verkehr den Eindruck zu erwecken, es gehe nur um (eine Auswahl der) Internet-Stellenangebote der Firma JO..... Denn es handelt sich vorliegend um eine Werbung der Beklagten für ihre Zeitschrift "j.....de/", von der Firma JO..... und deren Angebot ist nicht die Rede.

(dd) Aus den vorstehenden Erwägungen folgt auch, dass der Werbeangabe nicht das Verständnis zugrunde gelegt werden kann, die Firma JO..... biete mit ihren Internet-Stellenangeboten einen Stellenmarkt europäischen Zuschnitts. Es geht - wie ausgeführt - allein um das Stellenangebot der Zeitschrift "j.....de/".

(ee) Tatsächlich entspricht der Stellenmarkt der Zeitschrift "j.....de/" nicht dem oben dargestellten, durch die beanstandete Angabe erweckten Eindruck. Wegen der damit gegebenen Relevanz der Fehlvorstellung ist der Werbehinweis irreführend.

Wie der Senat bereits in seiner Entscheidung vom 16. November 2000 ausgeführt hat, ergibt sich aus der von der Beklagten vorgelegten Auswertung der von ihr in der Zeitschrift "j.....de/" veröffentlichten Stellenanzeigen, dass der Anteil der Anzeigen mit

- wie oben ausgeführt - europäischem Bezug nur sehr gering und zudem rückläufig gewesen ist. Über 15 % der Stellenanzeigen betrafen bei keiner Ausgabe der Zeitschrift den europäischen Bereich, nur eine Ausgabe hatte mehr als 10 % europäische Stellenanzeigen, die Ausgaben Nr. 12/2000 bis Nr. 16/2000 blieben bei einem Anteil von unter 2 %. Dass diese Größenordnung des Anteils europäischer Stellenanzeigen nicht ausreichend ist, liegt nach Auffassung des Senats auf der Hand.

Soweit das Landgericht in dem angefochtenen Urteil noch ausgeführt hat, eine "nennenswerte Zahl von Anzeigen aus dem europäischen Ausland" sei ausreichend, um eine Irreführung durch die Angabe zu verneinen, und das ließe sich an Hand der Anteile in den Ausgaben der Zeitschrift "j.....de/" belegen, vermag der Senat dem nicht zu folgen. Nähere Angaben zur "nennenswerten" Zahl werden vom Landgericht nicht gemacht. An einen vermeintlich "europäischen" Stellenmarkt sind aber selbstverständlich nicht unerhebliche Anforderungen zu stellen; der vom Senat angenommene Anteil von mindestens 15 % dürfte eher an der unteren Grenze des Vertretbaren liegen.

(c) Auch die weiteren Voraussetzungen des Unterlassungsanspruchs, insbesondere die Wiederholungsgefahr, waren gegeben.

Der Unterlassungsantrag zu 1.) erfasste die konkrete Verletzungsform. Er bezieht sich auf die Werbung für die Zeitschrift "j.....de/" mit der beanstandeten Angabe. Das ist so auf dem Titelblatt dieser Zeitschrift in Form eines Untertitels geschehen (Anlage K 2). Eine solche Angabe bezieht der Verkehr selbstverständlich auf die Zeitschrift selbst, und nicht - so aber die Beklagte - allgemein auf Angebote im Internet oder auf das der Firma JO.....

(d) Nach alledem entspricht es der Billigkeit, bezüglich des Klageantrages zu 1.) der Beklagten die Kosten beider Instanzen aufzuerlegen.

2.) Soweit die Parteien den Rechtsstreit bereits in erster Instanz - hinsichtlich der Klageanträge zu 2.) und 3.) - übereinstimmend für erledigt erklärt haben, sind nach Auffassung des Senats ebenfalls die Kosten billigerweise der Beklagten aufzuerlegen.

(a) Die Firma JO..... verbreitet ihrerseits - wie ausgeführt - unter der Internet-Domain "j.....de" gewerblich Stellenanzeigen für Inserenten im Internet. Für diese Anzeigen hatte die Firma JO..... auf Bestellformularen mit folgendem, vom Interessenten anzukreuzenden Hinweis geworben:

"Ja, wir möchten dabei sein. Unsere bei J....& A..... geschalteten Anzeigen sollen während der Einführungsphase auch im j.....de-Karrieremagazin veröffentlicht werden. Dies ist kostenfrei" (Anlage K 3).

Entsprechend akquirierte Anzeigen hat die Beklagte demgemäß auch in ihrer Zeitschrift "j.....de/" geschaltet.

(b) Der Gegenstand der Klageanträge zu 2.) und 3.) ist das Werben(lassen) für die Zeitschrift "j.....de/" mit den oben zitierten Sätzen sowie die Durchführung so erteilter Anzeigenaufträge in der Zeitschrift "j.....de/".

(c) Die Klageanträge zu 2.) und 3.) waren ursprünglich aus den §§ 1, 2 ZugabeVO begründet.

Die Beklagte hat mit ihrer werblichen Ankündigung und ihrem ankündigungsgemäßen Schalten solcher Anzeigen gegen die - damals noch in Kraft stehende - ZugabeVO verstoßen. Das hat der Senat bereits mit Urteil vom 16. November 2000 ausgeführt. Hieran ist entgegen dem Landgericht festzuhalten.

Maßgeblich ist, dass die Muttergesellschaft der Beklagten (die Firma JO.....) im Zusammenwirken mit der Beklagten ihren - der Firma JO..... - Kunden, die bei ihr im Internet inserieren, zusätzlich kostenlos eine Anzeige in der Zeitschrift "j.....de/" angeboten hat, und zwar nicht nur Altkunden, sondern auch neuen Interessenten.

Brüning

v. Franqué

Spannuth