

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 1

Goldene Karte I

- a) Die gegen Zahlung von 20,-- DM erfolgende Aushändigung von sog. "Goldenen Karten", die den Kunden berechtigen, über ihm sofort ausgehändigte zwei Marken-Farbfilme hinaus innerhalb eines Jahres bis zur Gesamtmenge von 20 Filmen jeweils - bei Einlieferung eines belichteten Films zum Entwickeln - einen weiteren Marken-Farbfilm einschließlich Entwicklung unentgeltlich zu erhalten, verstößt gegen § 1 UWG. Auch die Durchführung dieser Aktion ist wettbewerbswidrig.
- b) Zur Frage des Verschuldens.

BGH, Urt. v. 14. November 1980 - I ZR 138/78 - OLG Stuttgart
LG Stuttgart

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 138/78

URTEIL

Verkündet am

14. November 1980

Köhler,

Justizsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Firma P [REDACTED] P [REDACTED] KG GmbH, vertreten durch die P [REDACTED]-V [REDACTED]-
[REDACTED] Gesellschaft mbH, diese vertreten durch ihren Ge-
schäftsführer Hannsheinz P [REDACTED], F [REDACTED]weg [REDACTED], S [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Firma P [REDACTED] P [REDACTED] Otto N [REDACTED], Inh. Otto N [REDACTED],
H [REDACTED], S [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat
auf die mündliche Verhandlung vom 14. November 1980
durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm
und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Erdmann
und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

I. Die Revision der Beklagten gegen das Urteil
des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts
Stuttgart vom 18. August 1978 wird zurück-
gewiesen.

II. Auf die Anschlußrevision der Klägerin wird
das in Ziffer I genannte Urteil aufgehoben,
soweit es die Berufung der Klägerin zurück-
gewiesen und über die Kosten des Rechtsstreits
entschieden hat.

Auf die Berufung der Klägerin wird das Urteil
des Landgerichts Stuttgart vom 17. Februar 1978
abgeändert:

Die Beklagte wird weiter - auch insoweit unter
Androhung der Ordnungsmittel gemäß Nr. I, 1 des
Berufungsurteils - verurteilt, es zu unterlas-
sen, die in Nr. I, 1 des Berufungsurteils um-
schriebene Aktion durchzuführen, insbesondere
Inhabern von Berechtigungsscheinen in der dort
beschriebenen Weise ohne weiteres Entgelt Filme
auszuhändigen und/oder belichtete Filme zu ent-
wickeln.

III. Die Kosten des Rechtsstreits werden der Beklagten
auferlegt.

Von Rechts wegen



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand

Die Parteien sind Wettbewerber im Photoeinzelhandel. Ab Juni 1977 bot die Beklagte ihren Kunden eine von ihnen zu unterzeichnende Pauschalvereinbarung mit folgendem Inhalt an: Jeder Interessent kann gegen Zahlung von 20 DM innerhalb eines Jahres bis zu 20 Farbfilme der Beklagten einschließlich Entwicklung erhalten. Zwei dieser Filme erhält er sofort bei Abschluß der Vereinbarung. Je einen weiteren unbelichteten Film erhält er jeweils bei der - auch auf dem Postwege möglichen - Ablieferung eines belichteten Films. In der Vereinbarung ist ausdrücklich darauf hingewiesen, daß der Kunde nicht verpflichtet ist, die Abzüge von den Filmen ebenfalls von der Beklagten anfertigen zu lassen. Als Berechtigungsschein erhält der Kunde von der Beklagten eine sogenannte "Goldene Karte", die auf den Namen des Kunden ausgestellt ist und auch der Kontrolle der abgegebenen Filmzahl dient.

Daneben bot die Beklagte Farbnegativfilme auch nach wie vor in der herkömmlichen Weise an, und zwar zu einem Stückpreis von 5,95 DM bis zu 7,95 DM, neben dem sie 2,50 DM für die Entwicklung berechnete. Diese Filme befanden sich in einer schwarzen Kapsel oder Kassette und waren in einem orangefarbenen Karton verpackt. Die im Rahmen der "Goldene Karte"-Aktion vertriebenen Filme befanden sich in einer goldfarbenen Kapsel oder Kassette und waren in einem goldfarbenen Karton verpackt.

Auf Antrag der Klägerin, die das Vertriebssystem für wettbewerbs- und rabattgesetzwidrig hält, hat das Landgericht die Beklagte zur Unterlassung der Ausgabe der Berechtigungs-

scheine verurteilt. Die weitergehenden Anträge auf Unterlassung auch der Durchführung der Aktion sowie auf Feststellung der Schadensersatzpflicht und Auskunftserteilung hat es abgewiesen.

Im Berufungsverfahren hat die Klägerin ihre Anträge ohne inhaltliche Änderung umformuliert und wie folgt gestellt:

1. Der Beklagten wird untersagt, beim Vertrieb von Photoartikeln einen Berechtigungsschein zum Preis von 20 DM auszugeben, mit Hilfe dessen der Kunde über die ihm sofort ausgehändigten zwei P-XXXX-Marken-Farbfilme hinaus binnen eines Jahres bis zur Gesamtmenge von 20 Filmen jeweils einen weiteren P-XXXX-Marken-Farbfilm einschließlich Entwicklung unentgeltlich erhält, wenn er einen belichteten Film zum Entwickeln an die Beklagte einschickt oder in einer Filiale bzw. Agentur der Beklagten abgibt.
2. Der Beklagten wird untersagt, die in Ziff. 1 genannte Aktion durchzuführen, also insbesondere Inhabern von Berechtigungsscheinen in der beschriebenen Weise ohne weiteres Entgelt Filme auszuhändigen und/oder belichtete Filme zu entwickeln.
3. Der Beklagten wird für den Fall der Zuwiderhandlung gegen eines der obigen Verbote ein Ordnungsgeld bis zu 500.000 DM (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten) und Ordnungshaft bis zu 6 Monaten angedroht.
4. Es wird festgestellt, daß die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin den gesamten Schaden zu ersetzen, der dieser durch die unter Ziff. 1 und 2 bezeichneten Handlungen entstanden ist und noch entstehen wird.
5. Die Beklagte wird verpflichtet, der Klägerin Auskunft zu geben über alle Zuwiderhandlungen gegen Ziff. 1 und 2,

- a) soweit diese gegenüber Personen begangen wurden, welche ihre Wohnung oder ihren Sitz in S [REDACTED] und den an S [REDACTED] angrenzenden Kreisen haben, sowie - wenn nicht schon durch Buchst. a) erfaßt -,
- b) soweit solche Zuwiderhandlungen in Geschäftslokalen begangen wurden, welche die Beklagte in S [REDACTED] und den an S [REDACTED] angrenzenden Kreisen betreibt oder betreiben läßt.

Die Beklagte hat Zurückweisung der Berufung und im Wege der Anschlußberufung volle Abweisung der Klage beantragt.

Das Berufungsgericht hat unter Zurückweisung der Anschlußberufung die Verurteilung durch das Landgericht bestätigt und darüber hinaus entsprechend dem Berufungsantrag der Klägerin die Schadensersatzpflicht der Beklagten festgestellt. Dem Auskunftsantrag hat es in folgender Formulierung stattgegeben:

- 3. Die Beklagte wird verurteilt, der Klägerin Auskunft zu erteilen, wie viele Berechtigungsscheine der unter Nr. 1 beschriebenen Art sie ausgegeben und wieviele Filme sie aufgrund dieser Berechtigungsscheine ausgehändigt und entwickelt hat in Geschäftslokalen, die die Beklagte in folgenden Gebieten unterhält, und von anderen Orten aus an Personen, die ihre Wohnung oder ihren Sitz in folgenden Gebieten haben:
 - a) S [REDACTED]
 - b) Landkreis L [REDACTED]
 - c) R [REDACTED]-M [REDACTED]-Kreis
 - d) Landkreis E [REDACTED]
 - e) Landkreis B [REDACTED].

Die Abweisung des Antrags der Klägerin auf Unterlassung der Durchführung der Aktion hat das Berufungsgericht bestätigt.

Die Beklagte erstrebt mit der Revision Klageabweisung in vollem Umfang. Die Klägerin hat Anschlußrevision eingelegt, mit der sie den abgewiesenen Teil ihrer Klage weiterverfolgt.

Entscheidungsgründe

I. 1. Das Berufungsgericht hat zur Begründung der Zurückweisung der Anschlußberufung der Beklagten ausgeführt:

Die Beklagte sei zu Recht zur Unterlassung der Ausgabe der "Goldenen Karte" verurteilt worden. Die Übernahme der Verpflichtung, gegen Zahlung von 20 DM bis zu 20 Farbnegativfilme im Jahr abzugeben und zu entwickeln, sei eine wettbewerbswidrige Wertreklame. Der durchschnittliche Verbraucher sehe in der dadurch gegebenen Möglichkeit eine geldwerte Vergünstigung, weil er wisse, daß er üblicherweise für 20 DM nur 2-3 solcher Filme samt Entwicklung erhalten könne. Dabei komme es nicht darauf an, ob der einzelne Kunde die ihm eingeräumte Möglichkeit voll ausschöpfen könne; er sehe die bloße Möglichkeit schon als geldwerte Vergünstigung an. Diese überschreite den Rahmen der reinen Aufmerksamkeitswerbung. Sie bringe die Gefahr mit sich, daß die angesprochenen Verkehrskreise in ihren Entschlüssen unsachlich beeinflusst würden, weil der Preisvorteil sie veranlassen könne, von einem Preis- und Qualitätsvergleich bei der Erteilung des Auftrags für Ab-

züge abzugeben. Da unstreitig mehr als 90 % der Photoamateure zugleich mit der Entwicklung eines Films auch die Herstellung von Abzügen in Auftrag gäben, begründe die Aktion der Beklagten die Gefahr, daß die beteiligten Kunden 1 Jahr lang auch ihre Abzüge nur deshalb bei der Beklagten anfertigen ließen, weil sie in den Genuß des Preisvorteils für die Filme gelangen wollten. Das Ergebnis einer Umfrage der Beklagten, nach dem 90 % der Besitzer einer "Goldenen Karte" vor dem Kauf bedacht hätten, daß sie für 20 DM zwar Film und Entwicklung bekämen, die Bilder aber extra bezahlen müßten, und 85 % der Besitzer sich bewußt gewesen seien, daß sie das Angebot nicht richtig ausschöpfen könnten, stehe dem nicht entgegen. Auch wer dies alles bedenke, sei nicht gegen die Versuchung des Erwerbs der "Goldenen Karte" gefeit; dies um so weniger, als auch der erfahrene Photoamateur seinen Jahresbedarf an Filmen nicht sicher voraussehen könne und das spekulative Element, das somit dem Angebot der Beklagten anhafte, für manche Interessenten sogar einen zusätzlichen Anreiz darstelle.

Da sich allein aus diesen Erwägungen schon die Unlauterkeit der Werbung der Beklagten ergebe, könne dahinstehen, ob auf die Inhaber der "Goldenen Karte" auch ein psychischer Zwang zur Erteilung von Aufträgen oder zum Erwerb anderer Artikel ausgeübt werde.

2. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Revision stand.

a) Mit Recht hat das Berufungsgericht in der Werbeaktion der Beklagten eine Erscheinungsform der sogenannten Wertreklame gesehen. Deren Besonderheit besteht darin, daß sie im Gegen-

satz zur bildlichen und wörtlichen Werbung dem Kunden zur Förderung des Absatzes einer Ware oder einer anderen entgeltlichen Leistung eine geldwerte Vergünstigung bietet (vgl. Senatsurteil vom 4.7.1975, BGHZ 65, 68, 71 - Vorspannangebot - m.w.N.). Diese Voraussetzungen sind hier erfüllt. Da nach der von der Revision nicht angegriffenen Feststellung des Berufungsgerichts über 90 % der Kunden beim Auftrag zur Filmentwicklung auch die Fertigung von Abzügen in Auftrag geben, ist es nicht erfahrungswidrig, wenn das Berufungsgericht für seine weiteren Feststellungen von der Annahme ausgeht, daß die Aktion der Beklagten der Förderung ihres Umsatzes beim Fertigen von Abzügen dienen soll.

Rechtsfehlerfrei ist auch die Feststellung des Berufungsgerichts, daß die Beklagte zu diesem Zweck dem Kunden eine geldwerte Vergünstigung bietet. Dem steht nicht entgegen, daß der Interessent zunächst selbst eine Leistung in Höhe von 20 DM erbringen muß. Geldwerte Vergünstigungen sind nicht nur unentgeltliche Leistungen, sondern auch solche, die zu einem ungewöhnlich niedrigen Preis gewährt werden (Senatsurteil vom 4.7.1975, BGHZ 65, 68, 71 f - Vorspannangebot -). Wenn für eine einmalige Zahlung von 20 DM, für die normalerweise zwei bis drei Filme einschließlich Entwicklung zu erhalten sind, bis zu 20 Filme nebst Entwicklung innerhalb eines Jahres angeboten werden, so ist die Voraussetzung einer ungewöhnlich günstigen Preisgestaltung erfüllt, ohne daß es darauf ankommt, ob das Angebot von den Kunden tatsächlich voll ausgeschöpft wird. Da bereits der vierte Film innerhalb eines Jahres praktisch umsonst abgegeben und entwickelt wird und der Berechtigte den von dieser Grenze ab kostenlosen Erwerb je nach seinem Bedarf bis zu 16mal innerhalb desselben Jahres wiederholen darf, ist die Feststellung des Berufungsgerichts, der Kunde

werde schon in einer solchen ihm gewährten Möglichkeit eine geldwerte Vergünstigung sehen, nicht erfahrungswidrig und rechtlich unbedenklich.

b) Frei von Rechtsirrtum ist auch die Feststellung des Berufungsgerichts, daß es sich um einen Fall unzulässiger Wertreklame handle. Es hat nicht verkannt, daß Wertreklame nicht schlechthin wettbewerbswidrig ist (vgl. Senatsurteile vom 13.7.1959, GRUR 1959, 544, 546 - Modenschau -; vom 16.3.1973, GRUR 1973, 591, 593 - Schatzjagd - und vom 4.7.1975, BGHZ 65, 68, 72 - Vorspannangebot -). Wie der Senat im letztgenannten Urteil (aaO) auch ausgeführt hat, sind an die Zulässigkeit von Wertreklame jedoch strenge Anforderungen zu stellen, weil letztere, wenn sie den Rahmen reiner Aufmerksamkeitswerbung überschreitet, die Gefahr mit sich bringt, daß die angesprochenen Verkehrskreise in ihren wirtschaftlichen Entschlüssen unsachlich beeinflusst werden, insbesondere dazu veranlaßt werden können, ihre Wahl nicht in erster Linie nach ihren Vorstellungen über die Preiswürdigkeit und die Qualität der konkurrierenden Waren zu treffen, sondern vor allem danach, wie sie in den Genuß der Vergünstigung gelangen können.

Daß die Grenze reiner Aufmerksamkeitswerbung im vorliegenden Fall überschritten ist, hat das Berufungsgericht ohne Rechtsverstoß festgestellt. Es ist nicht erfahrungswidrig, daß das Berufungsgericht in der Aktion "Goldene Karte" die Gefahr der unsachlichen Beeinflussung der Teilnehmer in ihren wirtschaftlichen Entschlüssen sieht.

Die Besonderheit der Aktion liegt darin, daß von ihrer Gestaltung - wie das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei erkannt hat - ein starker Anreiz ausgeht, während der Dauer

des Vertragsjahres möglichst viele Filme bei der Beklagten zu erhalten, weil der Vorteil mit jedem in Anspruch genommenen Film größer wird. Dies gilt auch dann, wenn der Kunde die Kosten der Abzüge mitberücksichtigt. Auch dann verliert die Möglichkeit, Film und Entwicklung von einer bestimmten Grenze ab umsonst zu erhalten, nicht ihren Reiz. Die Folgerungen des Berufungsgerichts, daß der Kunde auf diese Weise für die Dauer des Vertragsjahres an die Beklagte gebunden werde und dort jedenfalls in dieser Zeit seinen gesamten Film- und Entwicklungsbedarf decken werde, ist rechtlich unbedenklich. Diese Bindung begründet auch die vom Berufungsgericht angenommene Gefahr einer unsachlichen Beeinflussung der Entschließung des Kunden. Dieser neigt dazu, grundsätzlich zugleich mit der Entwicklung eines Films auch die Herstellung von Abzügen in Auftrag zu geben. Dies ergibt sich aus der Feststellung des Berufungsgerichts, daß (unstreitig) mehr als 90 % der Photoamateure so zu verfahren pflegten. In Anbetracht einer so weit verbreiteten Neigung und der für sie sprechenden guten Gründe - Ersparung zusätzlicher Wege und weiteren Zeitaufwands u.a. - begegnet auch die Annahme des Berufungsgerichts keinen Bedenken, daß mit der Teilnahme an der "Goldene Karte"-Aktion bei einem nicht unerheblichen Teil der Teilnehmer praktisch schon die Vorentscheidung für die Erteilung auch der Aufträge zur Fertigung der Abzüge gefallen sei, ohne daß insoweit noch Preis- und Qualitätsvergleiche angestellt würden.

Rechtsirrtumsfrei mißt das Berufungsgericht dem auch deshalb besondere Bedeutung bei, weil nach seinen Feststellungen (BU S. 26) die Kosten der Abzüge schon bei normaler

Preisgestaltung erheblich höher sind als der Preis für den Film und die Entwicklung und weil außerdem die Beklagte ihre Abzüge noch verhältnismäßig teuer anbietet.

Die Revision wendet dagegen ohne Erfolg ein, das Berufungsgericht habe den Sachvortrag der Beklagten nicht berücksichtigt, nach dem der Prozentsatz aller "Nur-Entwickler", d.h. derjenigen, die ihren Bedarf an Abzügen anderweitig deckten, gerade bei den Teilnehmern an der "Goldene Karte"-Aktion niedriger sei als bei anderen Photoamateuren. Mit seiner Feststellung (S. 26 BU), mehr als 90 % der Erwerber eines Films gäben zugleich mit dessen Entwicklung auch die Herstellung von Abzügen in Auftrag, wird das Berufungsgericht nämlich dem eigenen Sachvortrag der Beklagten (Bl. 50 GA) voll gerecht, aus dem sich ergibt, daß auch nie weniger als 92,31 % der "Goldene Karte"-Inhaber zugleich mit dem Entwicklungsauftrag auch den Auftrag zur Fertigung von Abzügen erteilt haben. Die geringfügige Abweichung dieser Zahl vom Prozentsatz der gleichermaßen verfahrenen Normalkunden (97 %) konnte das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei als unerheblich außer Betracht lassen.

II. 1. Das Berufungsgericht hat in Übereinstimmung mit dem Landgericht den Antrag der Klägerin, auch die Durchführung der Aktion, insbesondere die Aushändigung und Entwicklung von Filmen für Inhaber von Berechtigungsscheinen ("Goldene Karte") ohne weiteres Entgelt zu untersagen, als unbegründet angesehen.

Dies begegnet rechtlichen Bedenken. Das Berufungsgericht hat dabei nämlich seiner eigenen Feststellung nicht genügend Beachtung geschenkt, daß die dem Leistungswettbewerb zuwider-

laufenden Auswirkungen der Werbeaktion "Goldene Karte" andauerten, solange die Beklagte aufgrund der abgeschlossenen Verträge Filme ausgabe und zum Entwickeln annehme. Wird durch diese Handlungen und durch die fortdauernde Bereitschaft der Beklagten dazu weiter die Wirkung der unlauteren Beeinflussung der Kunden erzeugt, so sind - was das Berufungsgericht verkannt hat - auch diese den lautereren Wettbewerb somit selbst unmittelbar beeinträchtigenden Handlungen zu untersagen (BGH v. 19.12.1975, WRP 1976, 172, 174 - Versandhandels-Preisausschreiben; vgl. auch BGH GRUR 1980, 724, 726, 727 - Grand Prix

III. 1. Das Berufungsgericht hat die Verpflichtung der Beklagten zur Schadensersatzleistung mit der Begründung bejaht, daß die Beklagte bei der Entscheidung für die als bedenklich erkennbare Werbeaktion fahrlässig gehandelt habe. Die vorherige Beratung durch zwei Fachanwälte schließe ihr Verschulden nicht aus, zumal sie sich mit einer mündlichen Beratung begnügt und auf die Ausarbeitung eines schriftlichen Gutachtens verzichtet habe. Wer sich mit einer Werbung bewußt am Rande des Zulässigen bewege, könne sich jedenfalls dann nicht auf eine ihm günstige Äußerung eines Privatgutachters berufen, wenn für die Durchführung der zweifelhaften Werbung keine gewichtigen Gründe bestünden. Dies gelte auch dann, wenn das Landgericht Hamburg anläßlich einer anderen Werbeaktion der Beklagten unter dem Titel "Goldene Karte" in der mündlichen Verhandlung eines Verfügungsverfahrens Hinweise gegeben haben sollte, nach denen die vorliegende Form der Aktion habe zulässig erscheinen können; denn die Einschaltung zweier Anwälte lasse erkennen, daß die Beklagte den unverbindlichen Charakter solcher Hinweise nicht verkannt habe.

Schließlich stünden der Annahme des Verschuldens auch die Entscheidungen BGHZ 18, 44, 57 - Photokopie - und BGH GRUR 1969, 418, 422 - Standesbeamte - nicht entgegen, da deren Sachverhalte Besonderheiten aufwiesen, die im vorliegenden Falle fehlten.

2. Diese Feststellungen werden von der Revision ohne Erfolg angegriffen.

Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsirrtum festgestellt, daß die Beklagte die wettbewerbsrechtliche Bedenklichkeit der Werbeaktion kannte. Das ergibt sich nicht nur daraus, daß sie deren Zulässigkeit nacheinander durch zwei besonders im Wettbewerbsrecht tätige Rechtsanwälte überprüfen ließ, sondern auch daraus, daß beide Anwälte dabei - wie sie als Zeugen ausgesagt haben - die Beklagte auf die Zweifelhaftigkeit der Rechtslage hingewiesen haben. Die Frage, ob die Beklagte sich angesichts solcher Bedenken ohne Fahrlässigkeit darauf verlassen durfte, daß die Anwälte sich letztlich doch für die Zulässigkeit der Werbeaktion aussprachen, hat das Berufungsgericht mit Recht verneint, wobei es sich auch zutreffend auf das Urteil des erkennenden Senats vom 28. Oktober 1971 (GRUR 1971, 223, 225 - clix-Mann -) berufen hat. An dem dort ausgesprochenen Grundsatz, daß ungeachtet ihm günstiger Privatgutachten mit einer Beurteilung seines Vorgehens als unzulässig rechnen müsse, wer sich mit letzterem erkennbar hart am Rande des Zulässigen bewege, hält der Senat fest. Er setzt sich damit nicht in Widerspruch zum Urteil des X. Zivilsenats vom 11. Dezember 1973, BGHZ 62, 29 ff - maschenfester Strumpf -. In jener Entscheidung ist zwar der Meinungsäußerung der beratenden Patentanwälte im Rahmen der

von einem Schutzrechtsinhaber zu fordernden gewissenhaften Prüfung des Schutzrechtsbestandes wesentliches Gewicht für den Ausschluß des Verschuldens beigemessen worden. Dies beruht jedoch auf den Besonderheiten der rechtlichen Stellung und der tatsächlichen Lage eines Schutzrechtsinhabers, der zur Wahrung seines Rechts zu Verteidigungsmaßnahmen genötigt sein kann, während für den Werbenden regelmäßig keine zwingende Notwendigkeit besteht, mit seiner Werbung bis in gefährliche Grenzbereiche des Zulässigen vorzustoßen.

Die Annahme eines Verschuldens der Beklagten widerspricht auch nicht der bisherigen Rechtsprechung zum unverschuldeten Rechtsirrtum (vgl. Urteile vom 18. Mai 1955, BGHZ 17, 226, 295 - Magnettonband -, vom 24. Juni 1955, BGHZ 18, 44, 57 - Photokopie -, vom 22. April 1958, BGHZ 27, 264, 273 - Programmheft -, vom 27. Januar 1959, GRUR 1960 200, 202 - Abitz II - und vom 7. März 1969, GRUR 1969, 418, 422 - Standesbeamte -). Anders als in jenen Fällen, in denen es um die Beurteilung schwieriger neuer Tatbestände ging, für die es nicht nur an festen Grundsätzen, sondern auch an verwertbaren Hinweisen in der bisherigen höchst-richterlichen Rechtsprechung gefehlt hatte, konnten im vorliegenden Fall nämlich der Rechtsprechung des erkennenden Senats zur Unzulässigkeit des Anlockens von Kunden durch geldwerte Leistungen (vgl. insbesondere Urteile vom 28. Oktober 1970, GRUR 1971, 162, 163 - Diagnose-Zentrum - und vom 4. Juli 1975, BGHZ 65, 68, 72 - Vorspannangebot - m.w.N.) hinreichende Anhaltspunkte für die Bedenklichkeit der Werbeaktion "Goldene Karte" entnommen werden.

IV. Die Revision wendet sich weiter ohne Erfolg dagegen, daß das Berufungsgericht die Beklagte zur Auskunftserteilung unter Einbeziehung von Angaben über die Zahl der Verträge und der ausgegebenen Filme verurteilt hat.

Das Berufungsgericht ist zutreffend davon ausgegangen, daß die Auskunftspflicht sich entsprechend ihrem Zweck, den Schadensersatzanspruch vorzubereiten und eine Schadensschätzung zu ermöglichen, grundsätzlich nicht auf den Umsatz des Verletzers, sondern nur auf den Umfang der Verletzungshandlung erstrecke. Es hat weiter festgestellt, daß im vorliegenden Fall der Abschluß der beanstandeten Verträge Teil der Verletzungshandlung sei und daß es der Kenntnis der Zahl dieser Verträge, soweit sie im Einzugsbereich der Klägerin geschlossen worden seien, und der Filme, die aufgrund dieser Verträge ausgegeben worden seien, bedürfe, um zu schätzen, welcher Schaden der Klägerin entstanden sei.

Auch das ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Es entspricht gefestigter höchstrichterlicher Rechtsprechung, daß die Auskunft dem Verletzten regelmäßig Einblick in Art, Zeitpunkt und Umfang der begangenen Wettbewerbsverstöße geben muß, weil der Verletzte diese Umstände regelmäßig als Grundlage für die Schadensschätzung benötigt (vgl. . Senatsurteile vom 19. Dezember 1960, GRUR 1961, 288, 293 - Zahnbürsten - und vom 27. November 1964, GRUR 1965, 313, 314 - Umsatzauskunft -). Der Umfang der Verstöße wird im vorliegenden Fall auch durch die Zahl der geschlossenen Verträge und der ausgegebenen Filme bestimmt, weil - wie das Berufungsgericht richtig erkannt hat - jeder dieser Akte noch Teil der Verletzungshandlung ist. Daher betrifft die Verur-

teilung zur Auskunft über die Anzahl der Einzelakte noch den Umfang der Verletzungshandlung, so daß sie den Grundsätzen der zitierten Rechtsprechung nicht widerspricht.

Das Berufungsgericht hat darüber hinaus ohne Rechtsverstoß festgestellt, daß die Kenntnis der Zahl der Verträge und der ausgegebenen Filme im vorliegenden Fall für die tatrichterliche Schätzung des Schadens notwendig ist.

Sein Ergebnis überschreitet auch nicht die durch Treu und Glauben gezogene Grenze der Zumutbarkeit für den Verletzer (vgl. BGHZ 10, 385, 387; ferner Senatsurteile vom 19.12.1960, GRUR 1961, 288, 293 - Zahnbürsten - und vom 27.11.1964, GRUR 1965, 313, 315 - Umsatzauskunft). Die Beklagte wird weder zur Mitteilung von Umsatzzahlen, insbesondere nicht des Umsatzwertes der infolge der Werbeaktion erhaltenen Abzugsaufträge, noch zur Nennung von Kontrahenten verpflichtet; lediglich die Höhe der Gegenleistungen für die Eingehung der wettbewerbswidrigen Verpflichtungen ("Goldene Karte") läßt sich aus den ihr aufgegebenen Angaben zur Zahl der Vertragsabschlüsse durch Multiplikation mit 20 DM ermitteln. Das jedoch stellt keinen so schwerwiegenden Eingriff in Geschäftsinterna der Beklagten dar, daß demgegenüber das Interesse der Klägerin an der Erlangung von - nach der unangreifbaren Beurteilung des Tatrichters notwendigen - Schätzungsgrundlagen zurückzutreten hätten.

V. Die Kosten sind gemäß §§ 91, 97 Abs. 1 ZPO in vollem Umfang der unterlegenen Beklagten aufzuerlegen.

v. Gamm

Merkel

Piper

Erdmann

Teplitzky