

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

14

ZugabeVO § 1 Abs. 1; UWG § 1

Wirtschaftsmagazin

a) Zur Frage der zugaberechtlichen Abhängigkeit einer Zuwendung vom entgeltlichen Bezug der Hauptware - hier eines Zeitschriftenabonnements -, wenn dem Besteller die Zuwendung auch für den Fall des Nichtzustandekommens des Abonnementsvertrages infolge Widerrufs der Bestellung (§ 1 b AbzG) gewährt wird.

b) Zur Frage eines Verstoßes gegen § 1 UWG durch übertriebenes Anlocken mit unentgeltlichen Zuwendungen bei der Werbung für ein Wirtschaftsmagazin.

BGH, Urt. v. 23. Februar 1989 - I ZR 138/86 - OLG Hamburg
LG Hamburg

BUNDESGERICHTSHOF

14

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 138/86

URTEIL

Verkündet am:
23. Februar 1989
Welte
Justizassistentin
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Verein für lauterer Wettbewerb e.V., gesetzlich vertreten
durch seinen Vorstand, dieser vertreten durch den ersten
Vorsitzenden Harald N[REDACTED], M[REDACTED]platz 1, H[REDACTED],

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

m[REDACTED] ma[REDACTED] Verlagsgesellschaft mbH, gesetzlich vertre-
ten durch ihre Geschäftsführer, Dr. Werner F[REDACTED] und Michael
Ne[REDACTED], B[REDACTED], H[REDACTED]

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und
[REDACTED] -

- 2 -

14

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 23. Februar 1989 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Piper, Dr. Erdmann, Dr. Mees und Nobbe

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg, 3. Zivilsenat, vom 19. Juni 1986 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Der Kläger ist ein Verein zur Förderung lauterer Wettbewerbs. Die Beklagte verlegt ein monatlich erscheinendes Wirtschaftsmagazin. Für dieses warb sie unter Beifügung von Bestellkarten mit in Zeitungen und Zeitschriften eingelegten Werbebeilagen, in denen teils ein (aus Nappaleder bestehendes) Pocket-case, teils eine mobile Leseleuchte abgebildet war mit dem Hinweis, daß Besteller des Magazins den jeweiligen Gegenstand als unentgeltliches "Dankeschön" für das gezeigte Interesse erhielten. Die den Werbebeilagen beigelegten Bestellkarten enthielten den Bestelltext mit anschließender Unterschriftenzeile, darunter die vorgedruckte, vom Besteller gesondert zu unterschreibende Erklärung, daß die Bestellung innerhalb von 14 Tagen widerrufen werden könne, ferner den Hinweis, daß der Besteller, auch wenn er von seinem Widerrufsrecht Gebrauch mache, Pocket-case und Leseleuchte in jedem Fall erhalten werde. Gegenstand der in dieser Weise beworbenen Bestellung war der Bezug von zunächst drei Heften des Wirtschaftsmagazins gegen Zahlung von 21,-- DM auf Probe mit der Maßgabe, daß die Bestellung nach Erhalt des dritten Hefts gekündigt werden könne, sich aber bei Nichtkündigung als ein - zum jeweiligen Jahresende kündbares - Dauerabonnement zum Preis von 84,-- DM/Jahr fortsetze.

Der Kläger, der in der kostenlosen Zuwendung von Pocket-case und Leseleuchte eine verbotene Zugabe und ein übertriebenes Anlocken von Kunden erblickt, hat, gestützt auf § 1 Abs. 1 ZugabeVO und § 1 UWG, die Beklagte - zunächst mit Anträgen auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung, die

das Berufungsgericht zurückgewiesen hat (OLG Hamburg WRP 1985, 710 = NJW-RR 1986, 267), später in vorliegendem Hauptsacheverfahren - auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Auf deren Berufung hat das Oberlandesgericht dieses Urteil geändert und die Klage abgewiesen. Dagegen richtet sich die Revision des Klägers, der sein Unterlassungsbegehren weiterverfolgt. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Die Revision hat Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht.

1. Das Berufungsgericht hat einen Verstoß gegen das Zugabeverbot nach § 1 Abs. 1 ZugabeVO verneint, weil der nach dieser Bestimmung für das Vorliegen einer unzulässigen Zugabe erforderliche Zusammenhang zwischen der unentgeltlichen Zuwendung und dem Zustandekommen des Hauptgeschäfts vorliegend nicht gegeben sei. Bestellerklärungen wie hier unterfielen den Bestimmungen des Abzahlungsgesetzes, nach denen solche Erklärungen für den Besteller erst im Falle der Nichtausübung des Widerrufsrechts verbindlich würden (§ 1 b AbzG). Ein Zeitschriften-Abonnementsvertrag komme mithin nicht zustande, wenn die Bestellung widerrufen werde. Pocket-case bzw. Leseleuchte erhielten die Besteller aber

auch in diesem Fall, also unabhängig vom Zustandekommen eines derartigen Vertrages. Darüber seien sich die von der Werbung der Beklagten angesprochenen Interessenten auch nicht im Unklaren. Nach dem Inhalt der Bestellkarte bestehe für die Leser kein Zweifel, daß bis zum Ablauf der Widerrufsfrist die Bestellerklärung keine Wirkung entfalte und das Zustandekommen des Abonnementsvertrages von der im Belieben der Besteller stehenden Nichtausübung des Widerrufsrechts abhängen. Auf die Möglichkeit, die mit der Bestellkarte ausgesprochene Bestellung zu widerrufen, habe die Beklagte unmißverständlich in Form einer von den Bestellern gesondert zu unterschreibenden Erklärung ausdrücklich hingewiesen. Mit dem weiteren Hinweis, daß die Besteller das Pocketcase bzw. die Leseleuchte in jedem Falle, auch im Fall des Widerrufs, erhielten, habe sie ebenso unmißverständlich klargestellt, daß der Widerruf für den Erhalt der Zuwendung keine Bedeutung habe. Gegen diese Beurteilung wendet sich die Revision ohne Erfolg.

Nach § 1 Abs. 1 ZugabeVO ist es verboten, neben einer Ware oder Leistung eine Zugabe in Aussicht zu stellen oder zu gewähren. Dabei bedeutet das Tatbestandsmerkmal "neben einer Ware", daß zwischen der Gewährung der Zugabe und dem Hauptgeschäft ein Zusammenhang bestehen muß, der gegeben ist, wenn die Zugabe mit Rücksicht auf den Erwerb der Hauptware gewährt wird, d.h. wenn die Gewährung der Zugabe vom Abschluß des Hauptgeschäfts abhängig ist. Entscheidend für den Zugabecharakter einer Zuwendung ist also, daß der Kunde diese ohne den Abschluß des Vertrages über die Hauptware nicht erlangen kann. Ob das der Fall ist, richtet sich nach der Auffassung der beteiligten Verkehrskreise (BGH, Urt. v.

10.2.1967 - Ib ZR 72/65, GRUR 1967, 530, 531 = WRP 1967, 222, 223 - Fahrschule; Urt. v. 7.2.1968 - Ib ZR 6/66, GRUR 1968, 649, 650 = WRP 1968, 196, 197 - Rocroni-Ascher; Urt. v. 15.5.1986 - I ZR 25/84, GRUR 1986, 820, 821 - Probe-Jahrbuch; st. Rspr.). Die danach maßgebenden Voraussetzungen für den Zugabecharakter der von der Beklagten gewährten Zuwendungen hat das Berufungsgericht im Streitfall ohne Rechtsverstoß nicht für gegeben erachtet.

Den zugaberechtlichen Zusammenhang zwischen Haupt- und Nebenleistung in dem vorerörterten Sinne hat der Bundesgerichtshof bei Zuwendungen aus Anlaß der Bestellung von Waren und Zeitschriften auf Probe wiederholt für den Fall verneint, daß - im Sinne einer aufschiebenden Bedingung - die Wirksamkeit des Vertragsabschlusses von der im Belieben des Bestellers stehenden Billigung des bestellten Gegenstandes abhängt und der Besteller die bestellte Ware oder Leistung nach den ihm bekannt gemachten Bestellbedingungen in jedem Falle, auch im Falle des Nichtzustandekommens des Geschäfts bei Nichtbilligung, behalten kann (BGH, Urt. v. 7.2.1968 - Ib ZR 6/66, aaO - Rocroni-Ascher, Urt. v. 15.5.1986 - I ZR 25/84, aaO - Probe-Jahrbuch). Handelt es sich dagegen bei einer Warenbestellung, für die eine unentgeltliche Zuwendung gewährt wird, um einen Vertragsabschluß unter der auflösenden Bedingung der Mißbilligung der bestellten Ware, ist also das Hauptgeschäft wirksam zustandegekommen und die Zuwendung mit diesem von Anfang an verknüpft, besteht nach der Rechtsprechung - auch wenn dem Käufer bei Eintritt der Bedingung die Zuwendung verbleibt - der zugaberechtliche Zweckzusammenhang jedenfalls dann, wenn der Käufer bei der Bestellung davon ausgeht, daß er die bestellte Ware (die

Hauptware) behalten wird (BGH, Urt. v. 30.9.1970
- I ZR 57/69, GRUR 1971, 361 = WRP 1971, 172, 173 - Vierfarbkugelschreiber).

Um eine der letztgenannten Fallgestaltung vergleichbare Sachlage handelt es sich jedoch vorliegend nicht. Vertragsabschlüsse wie die, für die die Beklagte geworben hat, stehen entgegen der Ansicht der Revision nicht unter der (einen bereits abgeschlossenen Abonnementsvertrag voraussetzenden) auflösenden Bedingung des Widerrufs der Bestellung, sondern kommen erst zustande, wenn der Besteller - insoweit vergleichbar den Sachverhalten, die den "Rocroni-Ascher"- und "Probe-Jahrbuch"-Entscheidungen des Bundesgerichtshofs aaO zugrunde liegen - seine Bestellerklärung innerhalb der Widerrufsfrist nicht widerruft. Bei solchen Vertragsabschlüssen handelt es sich um Geschäfte, die der Bestimmung des § 1 c Nr. 2 AbzG unterfallen (BGH, Urt. v. 7.5.1986 - I ZR 119/84, GRUR 1986, 819). Sie sind, ohne daß es in diesem Zusammenhang auf die dogmatische Einordnung der Rechtsnatur des Widerrufsrechts des Bestellers nach § 1 b AbzG ankäme, rechtswirksam erst geschlossen, wenn der Besteller die Bestellerklärung nicht fristgerecht widerruft (§ 1 b Abs. 1 AbzG). Erklärt er den Widerruf, ist das (bis dahin noch nicht geschlossene) Geschäft gescheitert (allg. M., vgl. BGB-RGRK/Kessler, 12. Aufl., § 1 b AbzG Rdn. 1; Erman/Weitnauer/Klingsporn, BGB, 7. Aufl., § 1 b AbzG Rdn. 9; MünchKomm-Westermann, § 1 b AbzG Rdn. 3, 10, 11; Palandt/Putzo, BGB, 48. Aufl., § 1 b AbzG Anm. 2 a; Soergel/Hönn, BGB, 11. Aufl., § 1 b AbzG Rdn. 4). Daraus folgt, daß die Bestellung, solange der Widerruf möglich ist, für den Besteller keine Bindungswirkung entfaltet, daß also bis zum

Ablauf der Widerrufsfrist kein Geschäft geschlossen ist, dessen Zustandekommen bis dahin vielmehr allein in der Hand des Bestellers liegt.

Danach kann im Streitfall der für das Vorliegen einer Zugabe im Sinne des § 1 Abs. 1 ZugabeVO erforderliche innere Zusammenhang zwischen Zuwendung (Pocket-case, Leseleuchte) und Hauptgeschäft (Abonnementsvertrag) nicht bejaht werden. Die Beklagte hat die Zusendung des jeweiligen Geschenks allein an die Absendung der Bestellkarte, nicht an das Wirksamwerden der Bestellung geknüpft, sondern angekündigt, daß der Besteller die Zuwendung auch im Falle des Scheiterns des Geschäfts bei Widerruf der Bestellung erhalten werde. Darüber haben sich die von der Beklagten angesprochenen Interessenten auch nicht im Unklaren befunden. Das Berufungsgericht hat dazu festgestellt, die Leser der Werbebeilagen und Bestellkarten der Beklagten hätten keinen Zweifel daran, daß sie bis zum Ablauf der Widerrufsfrist an die Bestellung nicht gebunden seien und daß sie Pocket-case bzw. Leseleuchte auch im Fall des Widerrufs erhielten, weil die Beklagte auf das Widerrufsrecht der Besteller ausdrücklich hingewiesen und unmißverständlich klargestellt habe, daß sie den Einsendern der Bestellkarte das jeweilige Geschenk auch bei Widerruf der Bestellung, also unabhängig vom Zustandekommen eines Abonnementsvertrages, gewähren werde.

Diese tatrichterlichen Feststellungen des Berufungsgerichts und seine daraus gezogene Schlußfolgerung, die von der Werbung der Beklagten angesprochenen Interessenten erkannten, daß ein zugaberechtlicher Zusammenhang in dem erörterten Sinne zwischen den in Aussicht gestellten Zuwendun-

gen und dem Zeitschriftenbezug nicht bestehe, sind aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Die Bestellkarten der Beklagten, insbesondere der Hinweis auf das Widerrufsrecht des Bestellers, die insoweit - außer der Unterschrift unter die Bestellung - nochmals zu leistende Unterschrift und der weitere Hinweis, daß der Besteller die Zuwendung in jedem Fall, auch bei Widerruf, erhalte, lassen es nicht als erfahrungswidrig oder sonst als rechtsfehlerhaft erscheinen, wenn das Berufungsgericht angenommen hat, die angesprochenen Verkehrskreise gingen davon aus, daß die Zuwendung ohne Rücksicht auf das Zustandekommen eines Abonnementsvertrages gewährt werde und lediglich darauf abziele, den Kunden zum Unterlassen des Widerrufs und damit zu einem Verhalten zu bewegen, das die Bestellung erst rechtsverbindlich mache. Die Revision erhebt insoweit auch keine Beanstandungen.

Der Annahme, daß es vorliegend an einem Zusammenhang im Sinne des § 1 Abs. 1 ZugabeVO zwischen der Haupt- und Nebenleistung fehlt, steht auch nicht entgegen, daß - worauf die Revision abstellt - die Bestellung, für die die Beklagte die angekündigte unentgeltliche Zuwendung gewährt, ohne weiteres Zutun zum Geschäftsabschluß führt, wenn sie nicht fristgerecht widerrufen wird, daß also durch die Einsendung der Bestellkarte eine Lage geschaffen wird, die ein Verbindlichwerden der Bestellung und damit ein rechtswirksames Zustandekommen des Abonnementsvertrages in größere Nähe rückt. Für den zugaberechtlichen Charakter einer Zuwendung kommt es, wie ausgeführt, entscheidend allein auf deren Abhängigkeit vom Hauptgeschäft an. Eine solche Abhängigkeit besteht im Streitfall nicht. Der von der Beklagten beworbene Abonnementsvertrag kommt, wie der Verkehr nach den getroffenen

Feststellungen nicht verkennt, erst nach Ablauf der (unausgenutzt gelassenen) Widerrufsfrist zustande, ohne daß die Zuwendung an den Abschluß des Geschäfts gebunden ist. Daß der Verkehr allein in der während des Laufs der Widerrufsfrist jederzeit frei widerruflichen Bestellerklärung bereits das Hauptgeschäft erblickt, von dem nach § 1 Abs. 1 ZugabeVO die Zuwendung abhängig sein muß, kann danach - auch wenn die Bestellerklärung für einen späteren Vertragsschluß Voraussetzung ist und diesen vorbereitet - nicht angenommen werden.

Auch der Umstand, daß die Beklagte mit der Zuwendung den Zweck verfolgt, den Besteller zu veranlassen, die Bestellung nicht zu widerrufen und die rechtlich zunächst noch nicht verbindliche Bestellerklärung verbindlich werden zu lassen, führt zu keiner anderen Beurteilung. Umstände dieser Art und die Erwartung, die der Werbende mit einer unentgeltlichen Zuwendung im Blick auf den angestrebten Geschäftsabschluß verbindet, vermögen einen zugaberechtlich erheblichen Zusammenhang zwischen der Zuwendung und dem Hauptgeschäft nicht zu begründen, wie der Bundesgerichtshof wiederholt ausgesprochen hat. Ist - wie hier - die Zuwendung nicht an den Abschluß des Geschäfts gebunden, genügt es für die Bejahung des zugaberechtlichen Zusammenhangs im Sinne des § 1 Abs. 1 ZugabeVO nicht, daß die Hingabe der Nebenware in der Erwartung erfolgt, es werde möglicherweise gerade wegen der Zuwendung zum Geschäftsabschluß kommen. Daß der Verkehr eine unentgeltliche Zuwendung als abhängig vom Zustandekommen des Hauptgeschäfts ansieht, kann nicht ohne weiteres vorausgesetzt werden, wenn der Werbende eine solche Abhängigkeit ausdrücklich ausschließt (BGH, Urt. v. 7.2.1968

- Ib ZR 6/66, aaO - Rocroni-Ascher; Urt. v. 30.9.1970
- I ZR 57/69, aaO - Vierfarbkugelschreiber; Urt. v. 19.11.1971 - I ZR 69/70, aaO - Mehrwert-Fahrten).

2. Das Berufungsgericht hat ferner einen Verstoß gegen § 1 UWG verneint, weil das angegriffene Verhalten entgegen der Ansicht des Klägers nicht als ein wettbewerbswidriges übertriebenes Anlocken beurteilt werden könne. Das hält - auf der Grundlage der bislang getroffenen Feststellungen - der revisionsrechtlichen Nachprüfung nicht stand.

Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs sind Geschenke an Kunden zu Werbezwecken nicht generell als wettbewerbswidrig anzusehen. Sie sind es dann, wenn darin ein unsachliches Mittel erblickt werden muß, das geeignet ist, die Entschließung des Kunden in einer den Grundsätzen des Leistungswettbewerbs widersprechenden Weise zu beeinflussen. Insoweit kommt es darauf an, ob die Geschenke nach Zweck und Wirkung das Publikum im Rahmen einer bloßen Aufmerksamkeitswerbung lediglich auf das eigene Angebot hinweisen oder ob sie geeignet sind, den Kunden zu veranlassen, seine Wahl nicht in erster Linie nach Preiswürdigkeit und Qualität zu treffen, sondern danach, wie er in den Genuß der fraglichen Zuwendung kommen kann. Maßgebend sind die Umstände des Einzelfalles, insbesondere Anlaß und Zweck der Zuwendung und ihr Wert, die Person des Gebers und Empfängers und die Art und Weise der Gewährung (BGH, Urt. v. 7.2.1968

- Ib ZR 6/66, aaO, Rocroni-Ascher; Urt. v. 13.6.1973
- I ZR 65/72, GRUR 1974, 345, 346 = WRP 1974, 23, 25 - Geballtes Bunt; Urt. v. 15.5.1986 - I ZR 25/84, aaO - Probe-Jahrbuch).

Von dieser Rechtsprechung ist auch das Berufungsgericht ausgegangen. Soweit es aber gemeint hat, daß das angegriffene Verhalten nicht als wettbewerbswidrig angesehen werden könne, tragen seine bislang getroffenen Feststellungen diese Beurteilung nicht. Das Berufungsgericht hat angenommen, es sei wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden, wenn eine monatlich erscheinende Zeitschrift für die Dauer von drei Monaten kostenlos zu Probezwecken an Interessenten verteilt werde. Sei dem aber so, mache es rechtlich, unter dem Gesichtspunkt des unlauteren Anlockens, keinen Unterschied, ob ein kostenloser Zeitschriftenbezug für drei Monate gewährt werde, der vorliegend dem Wert von 21,-- DM entsprechen würde, oder ob die Probelieferung zu bezahlen sei und neben ihr eine Zuwendung von ungefähr gleich hohem Wert geleistet werde. Wirtschaftlich befinde sich der Interessent in letzterem Falle sogar eher in einer schlechteren Lage als bei einer kostenlosen Probelieferung der Zeitschrift für drei Monate.

Dieser Beurteilung kann nicht beigetreten werden. Dabei bedarf es keiner Entscheidung, ob der Ansicht des Berufungsgerichts beigetreten werden kann, daß die kostenlose Abgabe einer monatlich erscheinenden Zeitschrift zu Probezwecken für die Dauer von drei Monaten wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden sei. Denn auch wenn davon auszugehen wäre, kann dem Berufungsgericht nicht darin zugestimmt werden, daß die Werbung der Beklagten wettbewerbsrechtlich unbedenklich sei, weil der Wert der beanstandeten Zuwendungen dem Wert einer etwa zulässigerweise gewährten Zeitschriften-Werbelieferung gleichkomme. Entscheidend ist insoweit nicht ein Wertvergleich, sondern die Bedeutung, die der jeweiligen Werbegabe

für die Entschließung des Kunden beizumessen ist. Wirbt ein Zeitschriftenverleger wie die Beklagte mit vorübergehenden Gratislieferungen seines Verlagserzeugnisses, deren Dauer dem Probezweck angemessen ist, wirbt er mit seiner Leistung. Das liegt im Rahmen des Leistungswettbewerbs. Wirbt er dagegen mit unentgeltlichen Zuwendungen anderer Art, lenkt er den Verkehr vom eigenen Angebot und von Vergleichen mit denen der Mitbewerber ab und versucht das Publikum durch sachfremde Mittel für sich zu gewinnen. Dies kann im wettbewerbsrechtlichen Sinne auch dann anstößig sein, wenn der Wert dieser Mittel dem Wert entspricht oder hinter dem Wert zurückbleibt, der bei Probegaben, die dem Kennenlernen und der Gewöhnung des Publikums an die eigene Ware oder Leistung dienen, die Beurteilung als wettbewerbsrechtlich zulässig noch erlauben würde.

Darüber hinaus entfällt oder verringert sich die Gefahr einer unsachlichen Beeinflussung der von der Werbung der Beklagten angesprochenen Kunden auch nicht im Hinblick darauf, daß - wie das Berufungsgericht gemeint hat - der Interessent in Fällen wie dem vorliegenden wirtschaftlich eher in einer nachteiligeren Lage sei als bei einer kostenlosen Probeflieferung der Zeitschrift für drei Monate. Zwar trifft zu, daß bei einem Probebezug der vorbezeichneten Art der Besteller für die Dauer dieses Bezuges das sonst zu entrichtende Entgelt spart. Jedoch kommt es darauf vorliegend nicht entscheidend an. Geht es, wie im Streitfall, darum, daß ein Zeitschriftenverlag mit unentgeltlichen Zuwendungen wirbt, kann nicht davon ausgegangen werden, daß der Verkehr diesen Zuwendungen deshalb keine oder nur eine geringere Bedeutung beilegt, weil die kostenlose Zurverfügungstellung eines

Blattes für drei Monate auf Probe möglicherweise einen größeren Vorteil für den Kunden bedeuten würde als die Zuwendung des in Aussicht stehenden Geschenks. Bei der Entscheidung, die beworbene Zeitschrift zu bestellen, hat für den Kunden nicht die für ihn in dieser Situation nur theoretische Möglichkeit der Erlangung eines etwa noch denkbaren größeren Vorteils Bedeutung, sondern allein die Zuwendung, die ihm im konkreten Fall (sofern er die Bestellung aufgibt) zugesagt ist.

Kann danach bei der rechtlichen Beurteilung der Werbung der Beklagten nicht maßgeblich auf einen Vergleich des Werts einer etwa zulässigen Gratislieferung mit dem der tatsächlich gewährten Zuwendung abgestellt werden, kommt es für die Entscheidung des Rechtsstreits auf die von den beanstandeten Werbegeschenken der Beklagten ausgehende Werbewirkung selbst an, d.h. darauf, ob die angesprochenen Verkehrskreise durch die angebotenen Zuwendungen in unsachlicher Weise beeinflusst werden können, die Zeitschrift der Beklagten zu bestellen. Hierzu wird das Berufungsgericht im einzelnen noch Feststellungen zu treffen haben. Dabei wird es insbesondere auf den Wert der in Rede stehenden Zuwendungen ankommen, den das Berufungsgericht bislang nur allgemein mit 10,-- DM bis 20,-- DM zugrunde gelegt hat, ferner auf den Leserkreis und dessen Zusammensetzung und in diesem Zusammenhang auch auf die Frage, ob und inwieweit die Interessenten bei der Bestellung eines für längere Bezugsdauer beworbenen Wirtschaftsmagazins durch Werbegeschenke der vorliegenden Art - in die der Titel des Magazins der Beklagten eingeprägt ist - in wettbewerbswidriger Weise beeinflusst werden können. Dabei kann hinsichtlich der Werbewirksamkeit der angebotenen

Geschenke auch die in den Vorinstanzen erörterte Frage Bedeutung gewinnen, ob und wieviel der Bestellkarteneinsender die Bestellung widerrufen haben. Darüber hinaus wird das Berufungsgericht bei der Entscheidung des Rechtsstreits das Werbeverhalten der Presse in vergleichbaren Fällen in Rechnung stellen und prüfen müssen, ob und inwieweit die in Betracht zu ziehenden Verkehrskreise an Werbegeschenke der vorliegenden Art etwa gewöhnt sind und solchen Zuwendungen deshalb möglicherweise keine ausschlaggebende Bedeutung beimessen.

II. Danach war auf die Revision des Klägers das angefochtene Urteil aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

v. Gamm

Piper

Erdmann

Mees

Nobbe