

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

UWG § 1

Preiskampf

Ein zeitlich begrenztes Angebot einzelner Schallplatten unter Einstandspreis ist ohne Vorliegen besonderer Umstände nicht ohne weiteres wettbewerbswidrig.

Wettbewerbswidrig ist jedoch - schon wegen der Auswirkungen auf den Bestand des Wettbewerbs, insbesondere des übrigen unbeteiligten, aber betroffenen Handels - ein längere Zeit fortgeführter Preiskampf von zwei marktstarken Unternehmen mit Angeboten unter Einstandspreis und wechselseitigen Preisunterbietungen.

BGH, Urt. v. 27. Oktober 1988 - I ZR 29/87 - OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 29/87

URTEIL

Verkündet am:
27. Oktober 1988
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der S [REDACTED] & Co. GmbH, vertreten durch ihren Geschäfts-
führer H. Gerd S [REDACTED], B [REDACTED] Straße [REDACTED], K [REDACTED],

Beklagten und Revisionsklägerin,

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

gegen

den Gesamtverband Deutscher M [REDACTED] e.V.,
Friedrich-W [REDACTED]-Straße [REDACTED], Bo [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwältin [REDACTED] als amtlich
bestellte Abwicklerin der Kanzlei
des verstorbenen Rechtsanwalts
Dr. [REDACTED] -

WII

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 27. Oktober 1988 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Piper, Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky und Dr. Scholz-Hoppe

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 8. Januar 1987 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Hinweis: Auch Teile der Urteilsammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Der Kläger hat als Gesamtverband der Deutschen Musikfachgeschäfte satzungsgemäß auch die Aufgabe, Wettbewerbsverstöße zu verfolgen.

Die Beklagte betreibt den Einzelhandel mit Elektrogeräten, Geräten der Unterhaltungs-Elektronik und mit Schallplatten. Eines ihrer Geschäftslokale unterhält sie in Köln. Dort befindet sich auch das über die Grenzen dieser Stadt hinaus bekannte Geschäft der Firma S [REDACTED] (Werbeslogan: "Die größte Schallplattenschau der Welt"). Im Gegensatz zu diesem Unternehmen hatte die Beklagte bis Anfang 1984 nur eine kleine Schallplattenabteilung unterhalten. Nach dem Wechsel ihrer Geschäftsführung begann sie verstärkt durch Zeitungsanzeigen für den Schallplattenverkauf zu werben. Die Firma Saturn reagierte jeweils sogleich mit Gegenanzeigen. Dieses Wechselspiel wurde in den lokalen und auch in den überregionalen Medien unter Stichworten wie "Preiskrieg" oder "Schallplattenkrieg" wiederholt ausführlich behandelt. Die Auseinandersetzung hatte im wesentlichen folgenden Ablauf:

Am 13., 14. und 15. Januar 1984 bot die Beklagte in einer Anzeige sechs verschiedene Langspielplatten zu Preisen von 9,95 DM an. Darunter befanden sich vier Platten, die in der damals jüngsten Top-Hitliste verzeichnet waren.

Am 14. Januar 1984 reduzierte die Firma S [REDACTED] ihre Preise für diese sechs Platten auf je 9,50 DM.

Am 3., 4. und 5. Februar 1984 setzte die Beklagte jede aktuelle Single-Platte auf 3,95 DM herab und bot ferner elf Langspielplatten für erneut 9,95 DM an. Hiervon waren wieder vier in der aktuellen Top-Hitliste.

Die Firma S [REDACTED] beantwortete dies mit einer Reduzierung der eigenen Preise für die aktuellen Single-Platten auf 3,90 DM und der gleichen elf Langspielplatten auf je 9,50 DM.

Am 17. Februar 1984 setzte die Beklagte die Preise der Single-Platten auf 3,80 DM herab und bot sieben Langspielplatten, davon drei aus der aktuellen Hitliste, für je 8,95 DM an.

Die Firma S [REDACTED] reduzierte noch am selben Tag die Preise für die gleichen sieben Langspielplatten auf je 8,50 DM.

Am 18. und 19. Februar 1984 kosteten die sieben Langspielplatten bei der Beklagten je 7,95 DM.

Die Firma S [REDACTED] reduzierte dann wiederum die Preise der Single-Platten auf je 3,60 DM und die der sieben Langspielplatten auf je 7,80 DM.

Dieses Wechselspiel setzte sich fort, bis die Firma S [REDACTED] bei je 4,80 DM für zwölf aktuelle Langspielplatten angelangt war.

Am 2. März 1984 bot die Beklagte noch einmal drei Langspielplatten für je 9,95 DM an.

Der Kläger erwirkte daraufhin eine auf § 1 UWG gestützte Verbotsverfügung gegen die Beklagte.

Im vorliegenden Hauptsacheverfahren hat der Kläger, der das Verhalten der Beklagten wegen seiner Auswirkungen auf die übrigen Schallplattenhändler für wettbewerbswidrig hält, beantragt,

die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen,

zu Zwecken des Wettbewerbes aktuelle Schallplatten (LP's und/oder Singles) zu Preisen anzubieten und/oder zu verkaufen, die dadurch zustandegekommen sind, daß die Beklagte eine Anzahl von Schallplatten unter Einstandspreis (Einkaufspreis unter Einschluß besonderer Einkaufsvorteile wie Rabatt und Skonti nebst Bezugskosten) angeboten und/oder verkauft hat, ein Mitbewerber entsprechende Schallplatten daraufhin zu niedrigeren Preisen anbot und/oder verkaufte und die Beklagte daraufhin noch einmal die Preise für die entsprechenden Schallplatten senkt.

Die Beklagte hat sich demgegenüber im wesentlichen damit verteidigt, daß sie zunächst lediglich eine erlaubte Einführungswerbung betrieben habe und sich dann der Behinderungs- und Verdrängungsmaßnahmen der Firma S. habe erwehren müssen. Zu einer nachhaltigen Wettbewerbsbeeinträchtigung hätten ihre Maßnahmen schon wegen ihres begrenzten Umfangs und wegen der Üblichkeit von Niedrigpreisangeboten auf dem Schallplattenmarkt nicht führen können.

Das Landgericht hat dem Klageantrag entsprochen.

Im Berufungsverfahren hat der Kläger seinen Antrag durch eine ausführliche Neufassung näher - und in stärkerer Anlehnung an die konkreten Verletzungsformen - spezifiziert. Das Berufungsgericht hat darin keine Änderung des ursprünglichen Begehrens gesehen und dem Antrag in seiner geänderten Fassung im wesentlichen entsprochen.

Hiergegen richtet sich die Revision der Beklagten, mit der sie ihren Klageabweisungsantrag weiterverfolgt. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat einen Unterlassungsanspruch des Klägers gemäß § 1 UWG bejaht und dazu ausgeführt:

Zwar bestehe im Grundsatz Preisgestaltungsfreiheit; bei Hinzutreten besonderer Umstände könnten jedoch die hiernach an sich zulässigen Verkäufe unter dem Einstandspreis eines Händlers wettbewerbswidrig werden, und zwar insbesondere dann, wenn die Verkäufe mit der erkennbaren Zielsetzung erfolgten, einen bestimmten Wettbewerber zu verdrängen oder zu vernichten, oder wenn sie dazu führten, allgemein die Mitbewerber vom Markt zu verdrängen und dadurch den Wettbewerb auf dem Markt völlig oder nahezu aufzuheben.

Die erstere dieser Voraussetzungen sei vorliegend nicht erfüllt, da weder eine Absicht noch eine Möglichkeit der Beklagten bestanden habe, die Firma S■■■■ als die mit weitem Abstand führende Schallplattenanbieterin mit einem Marktanteil von jedenfalls über 50 % im Kölner Raum als Mitbewerberin auszuschalten oder gar zu vernichten.

Dagegen sei - auch bei Anlegung des zur Wahrung des Grundsatzes der Preisgestaltungsfreiheit erforderlichen strengen Maßstabs - die zweite Voraussetzung erfüllt.

Die Verkäufe aktueller Schallplatten durch die Beklagte und im Wechsel mit ihr durch die Firma S■■■■, und zwar jeweils unter dem eigenen Einstandspreis, hätten bei längerem Andauern beabsichtigt oder unbeabsichtigt zur Folge gehabt, daß im Raum K■■■ als Anbieter von Schallplatten nur noch wenige Großanbieter, im wesentlichen die Firma S■■■■, die Beklagte und die Kaufhauskonzerne mit ihren größeren Schallplattenabteilungen, übrig geblieben wären. Kleine und mittlere Händler, die vom Schallplattenumsatz lebten und Verluste in diesem Bereich nicht, wie die genannten Großanbieter, durch Gewinne, beispielsweise aus dem Verkauf von Elektrogeräten, auffangen könnten und die es sich deswegen nicht leisten könnten, Schallplatten dauerhaft oder auch nur über eine längere Zeit gleichfalls unter Einstandspreis anzubieten, hätten dabei nicht weiter existieren können. Ihr Hauptumsatz ergebe sich im Regelfall aus dem Bereich der sogenannten U-Musik, d.h. der populären Musik. Innerhalb dieses Bereichs wiederum komme dem Verkauf gerade aktueller, in den jüngsten Top-Listen verzeichneter Schallplatten besondere Bedeutung zu. Solche für ihren Umsatz besonders wichtige

Schallplatten unter dem eigenen Einstandspreis zu verkaufen könnten sich kleinere Händler allenfalls als einmalige oder kurzfristige Werbemaßnahme erlauben. Böten sie aber, von solchen Einzelaktionen abgesehen, derartige aktuelle Schallplatten zu einem ausreichend gewinnbringenden Preis an, während große Schallplattenhändler oder große Elektrohäuser mit Schallplattenabteilungen unter deren Einstandspreis und teilweise jedenfalls unter einem noch marktüblichen Einkaufspreis verkauften, so seien sie nicht mehr wettbewerbsfähig. Der Verbraucher wende sich naheliegenderweise dem billigen Angebot zu. Ein Teil der Verbraucher bringe für den erheblich höheren Preis der kleinen und mittleren Händler kein Verständnis auf; auch wer nachvollziehen könne, aus welchen Gründen der kleine Händler teurer anbiete, werde deshalb noch immer nach dem deutlich billigeren Angebot greifen. Daß der Preiskampf zwischen der Beklagten und der Firma Saturn bei längerem Andauern solche Auswirkungen haben mußte, und zwar umso stärker, je deutlicher von Runde zu Runde der Auseinandersetzung die Angebotspreise der beiden Unternehmen unter deren individuellen Einstandspreisen bzw. marktüblichen Preisen lagen, sei an sich so selbstverständlich, daß es hierfür keines Beleges bedürfe. Es gehe aber auch aus den im Verfügungsverfahren vorgelegten Schreiben von Schallplattenhändlern aus Köln und dem Kölner Umland an den Kläger und an den Kölner Einzelhandelsverband hervor, in denen Firmeninhaber bereits im Februar 1984 mitgeteilt hätten, daß ihr Geschäft mit Schallplatten in kurzer Zeit fast zum Erliegen gekommen oder drastisch zurückgegangen sei, daß Kunden sie wegen ihrer hohen Preise als "Wucherer" bezeichnet hätten, daß sie an die baldige Schließung ihrer Schallplattenabteilung dächten und dergleichen.

Es komme auch nicht darauf an, ob die Firma Saturn die Werbemaßnahmen der Beklagten mit - bezogen auf das Verhältnis dieser beiden Unternehmen - wettbewerbswidrigen Gegenmaßnahmen beantwortet habe. Hier interessiere nicht dieses Verhältnis, sondern sei ausschlaggebend, daß die Beklagte ihre Preisauseinandersetzung mit der Firma Saturn geführt habe, ohne auf die Interessen der sonstigen Mitbewerber genügend Rücksicht zu nehmen.

II. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung stand.

1. Das Berufungsgericht ist rechtsfehlerfrei davon ausgegangen, daß es nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs dem Unternehmer im Rahmen der geltenden marktwirtschaftlich orientierten Wirtschaftsordnung grundsätzlich freisteht, seine Preisgestaltung in eigener Verantwortung vorzunehmen, und daß danach auch Verkäufe unter dem Einstandspreis zulässig sind, sofern nicht besondere, die Sittenwidrigkeit eines solchen Verhaltens begründende Umstände hinzutreten (vgl. zuletzt BGH, Urt. v. 31.1.1979 - I ZR 21/77, GRUR 1979, 321, 322 = WRP 1979, 300 - Verkauf unter Einstandspreis I und Urt. v. 6.10.1983 - I ZR 39/83, GRUR 1984, 204, 206 = WRP 1984, 136 - Verkauf unter Einstandspreis II, jeweils m.w.N.).

2. Ohne Rechtsverstoß hat das Berufungsgericht der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs auch entnommen, daß zu den Umständen, die zur Wettbewerbswidrigkeit von Verkäufen unter dem Einstandspreis führen können, namentlich die Zielsetzung gehört, einen Wettbewerber zu verdrängen oder gar zu

vernichten (BGH aaO - Verkauf unter Einstandspreis I). Eine solche Zielsetzung der Beklagten hat das Berufungsgericht im Verhältnis zu dem mit der Preisaktion unmittelbar angegriffenen, der Beklagten an Marktstärke weit überlegenen Wettbewerber Saturn ohne Rechtsverstoß verneint.

3. Das Berufungsgericht hat weiter angenommen, daß Verkäufe unter dem Einstandspreis auch dann wettbewerbswidrig sind, wenn sie dazu führen, allgemein die Mitbewerber vom Markt zu verdrängen, und wenn dadurch der Wettbewerb auf diesem Markt völlig oder nahezu aufgehoben wird. Auch dieser Ausgangspunkt ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden (vgl. BGH aaO - Verkauf unter Einstandspreis I, GRUR S. 323; ferner BGH, Urt. v. 29.9.1982 - I ZR 88/80, GRUR 1983, 120, 125 = WRP 1983, 145 - ADAC-Verkehrsrechtsschutz); er wird auch von der Revision nicht in Frage gestellt.

4. Die objektiven Voraussetzungen eines solchen Wettbewerbsverstoßes hat das Berufungsgericht deshalb als erfüllt angesehen, weil nach den von ihm getroffenen Feststellungen der von der Beklagten begonnene "Preiskampf", sofern er nicht unterbunden worden wäre, die weitgehende Verdrängung aller kleineren Wettbewerber auf dem K[REDACTED] Schallplattenmarkt zur Folge gehabt hätte. An diese tatrichterlichen Feststellungen ist das Revisionsgericht gebunden (§ 561 Abs. 2 ZPO). Auf ihrer Grundlage begegnet die Annahme des Berufungsgerichts, es liege eine von der Beklagten jedenfalls mitverursachte wettbewerbswidrige Marktstörung vor, keinen rechtlichen Bedenken, und zwar um so weniger, als "Preiskämpfe" der hier zur Beurteilung stehenden Art wegen des ihnen zukommenden Aufmerksamkeits- und Werbewertes

die Gefahr der Nachahmung - auch über den Bereich des Schallplattenmarktes hinaus - begründen und damit auch ganz allgemein zu Störungen des Leistungswettbewerbs führen können; auch solche mittelbaren Auswirkungen eines Wettbewerbsverhaltens sind aber nach ständiger Rechtsprechung in die Gesamtwürdigung der Frage seiner Zulässigkeit einzubeziehen (vgl. BGHZ 23, 365, 372 - SUWA; BGHZ 43, 278, 282 - Kleenex; BGH, Urt. v. 17.12.1976 - I ZR 77/75, GRUR 1977, 619, 621 - WRP 1977, 183 - Eintrittsgeld; BGHZ 82, 375, 395 f - Brillen-Selbstabgabestellen I).

5. Im Ergebnis ohne Erfolg rügt die Revision, daß das Berufungsgericht das Verbot des "Preiskampfes" nicht gegenüber der Firma Saturn, sondern gegenüber der Beklagten ausgesprochen hat; sie meint, daß bei letzterer die Voraussetzungen eines sittenwidrigen Handelns in subjektiver Hinsicht nicht erfüllt seien, weil sie bei ihrer Einführungswerbung nicht unlauter gehandelt habe und alle weiteren Schritte lediglich notwendige Reaktionen auf die wettbewerbswidrigen Preisunterbietungen der Firma S [REDACTED] gewesen seien.

a) Allerdings trifft es zu, daß das erste Angebot von Schallplatten durch die Beklagte ungeachtet der Unterschreitung des Einstandspreises wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden ist. Aus den Grundsätzen der bereits genannten Entscheidungen des Bundesgerichtshofs (aaO - Verkauf unter Einstandspreis I und II) ergibt sich, daß gegen eine einmalige und gelegentliche Werbung mit Angeboten unter dem Einstandspreis - insbesondere dann, wenn sie wie vorliegend zur Einführung bzw. Wiederbelebung des Geschäfts mit bestimmten Artikeln erfolgt - ohne Hinzutreten weiterer, einen

Wettbewerbsverstoß begründender Umstände grundsätzlich keine rechtlichen Bedenken bestehen. Insbesondere können solche Bedenken auch nicht daraus hergeleitet werden, daß der Beklagten die von ihr selbst behauptete (angebliche) "Preisgarantie" der Firma S. bekannt gewesen sein dürfte und sie deshalb erwarten mußte, daß dieses Unternehmen den - für die Mitbewerber schädlichen - Preiskampf aufnehmen würde. Denn die Möglichkeit, daß ein - an sich erlaubtes - Niedrigpreisangebot durch ein noch niedrigeres Angebot eines Mitbewerbers unterboten wird, ist in keinem Fall auszuschließen; sie liegt - unabhängig vom Bestehen einer Preisgarantie - um so näher, je marktstärker die Konkurrenten des mit dem Niedrigpreis werbenden Unternehmens sind. Wäre letzteres genötigt, das Risiko einer Unterbietung seines Preises durch Konkurrenten schon bei der ersten Werbung mit unter dem Einstandspreis liegenden Preisen zu berücksichtigen, so wäre es an einer solchen Werbung - wenn nicht sogar schlechthin - jedenfalls in den Fällen gehindert, in denen es - wie vorliegend - in den Preiswettbewerb mit einem marktstärkeren Unternehmen treten will, bei dem eine Unterbietung auch eines unter dem Einstandspreis kalkulierten Preises stets als möglich in die Erwägungen einzubeziehen wäre. Dies aber läge - abgesehen von der Unbilligkeit einer solchen Beschränkung der Möglichkeiten gerade des marktschwächeren Unternehmens gegenüber dem marktstärkeren - nicht im Interesse des Wettbewerbs.

b) Dagegen unterliegt das ihrer Einführungswerbung nachfolgende Wettbewerbsverhalten der Beklagten wettbewerbsrechtlichen Bedenken, auch wenn die gegen die Beklagte gerichtete gezielte Preisunterbietung durch die Firma S. bei dem vorliegenden Sachverhalt zu mißbilligen ist.

Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts ist davon auszugehen, daß das Werbeangebot der Beklagten zunächst auf nur sechs Langspiellplatten, davon lediglich vier aus einer 75 Titel umfassenden sogenannten Topliste, beschränkt war. Wenn auf ein in dieser Weise beschränktes Angebot ein Konkurrent, der - wie vorliegend die Firma Saturn - ohnehin bereits jedenfalls mehr als 50 % des maßgeblichen Schallplattenmarktes beherrscht, seinerseits genau die wenigen vom Mitbewerber zu Werbezwecken ausgewählten Platten im Preis unterbietet und diese Unterbietung darüber hinaus in einer auffälligen Gegenwerbung öffentlich herausstellt, so erscheint dies nicht mehr allein durch Erfordernisse eines - auch harten - Wettbewerbsverhaltens gegenüber einem Konkurrenten auf dem Markt veranlaßt; es stellt sich vielmehr als gezielte Behinderung im Wettbewerb dar, weil es - jedenfalls auch - den konkreten Mitbewerber in die Zwangslage bringen soll, entweder in einer der Öffentlichkeit erkennbaren Weise einzugestehen, daß er selbst hinsichtlich der wenigen für die eigene Werbeaktion ausgewählten Schallplatten dem größeren Konkurrenten gegenüber preislich nicht mithalten kann, sobald letzterer den Wettbewerb insoweit aufnimmt, oder aber selbst mit einem Verhalten zu reagieren, das nunmehr wettbewerbsrechtlich anstößig wird und dann - wie der vorliegende Fall zeigt - von einem Dritten erfolgreich angegriffen werden kann. Ein in solcher Weise an eine erlaubte Werbemaßnahme eines Konkurrenten anknüpfendes gezieltes Behinderungsverhalten ist mit guten kaufmännischen Sitten unvereinbar.

Hieran würde sich auch nichts ändern, wenn - was das Berufungsgericht offengelassen hat - die Firma S [REDACTED] ihre

Unterbietungen in Erfüllung einer sogenannten Preisgarantie vorgenommen hätte. Zwar hat der Bundesgerichtshof unter bestimmten, hier nicht gegebenen tatsächlichen Voraussetzungen eine "Preisgarantie" mit einem bedingten und befristeten Rücktrittsrecht für den Käufer als wettbewerbsrechtlich unbedenklich angesehen (BGH, Urt. v. 25.10.1974 - I ZR 8/74, GRUR 1975, 553, 554 = WRP 1975, 37 - Preisgarantie). Dies erlaubt jedoch nicht die Verallgemeinerung, daß Preisgarantien stets und unter allen Umständen zulässig seien und daß insbesondere - worum es hier geht - (möglicherweise hieran anknüpfende) gezielte Preisunterbietungen mit einer Preisgestaltung unter Einstandspreis auch dann hingenommen werden müßten, wenn sie - wie vorliegend - zu einer Behinderung eines konkreten Mitbewerbers und darüber hinaus nach den vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen zu massiven Störungen des Wettbewerbs auf dem Markt führen.

c) Gleichwohl kann die Reaktion der Firma S. auf die Einführungswerbung der Beklagten - entgegen der von der Revision vertretenen Auffassung - nicht dazu führen, daß die durch diese Reaktion provozierte Fortsetzung des "Preiskampfes" durch die Beklagte ungeachtet seiner vom Berufungsgericht festgestellten objektiven Folgen für den allgemeinen Wettbewerb als wettbewerbsrechtlich zulässig, weil subjektiv lauter, angesehen werden könnte. Die von der Beklagten in Anspruch genommene Berechtigung ihres Verhaltens könnte sich vorliegend allenfalls aus dem Gesichtspunkt eines wettbewerbsrechtlich zulässigen Abwehrverhaltens ergeben. Ein solches setzt jedoch nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs außer einem - hier gegebenen - rechts-

widrigen Angriff eines Wettbewerbsteilnehmers zusätzlich voraus, daß diesem Angriff durch Inanspruchnahme gerichtlicher Hilfe nicht ausreichend gewehrt werden kann (vgl. BGH, Urt. v. 7.6.1967 - Ib ZR 34/65, GRUR 1968, 382, 385 = WRP 1967, 363 - Favorit II; BGH, Urt. v. 22.1.1971 - I ZR 76/69, GRUR 1971, 259, 260 = WRP 1971, 222 - WAZ) und daß durch die Abwehrmaßnahme gegenüber dem angreifenden Konkurrenten nicht in Rechte oder berechnigte Interessen am Streit unbeteiligter Dritter eingegriffen wird (BGHZ 23, 365, 376 - SUWA; BGH, Urt. v. 2.2.1984 - I ZR 4/82, GRUR 1984, 461, 463 = WRP 1984, 321 - Kundenboykott).

Ob es vorliegend schon an der ersten dieser Voraussetzungen fehlt, kann - da das Berufungsgericht Feststellungen insoweit nicht getroffen hat - dahingestellt bleiben; jedenfalls ist die zweite der genannten Voraussetzungen nicht erfüllt. Die Wettbewerbswidrigkeit des Verhaltens der Beklagten resultiert - was auch das Berufungsgericht zutreffend ausgeführt hat - nicht aus ihrem Verhältnis zur Firma S■■■■■, sondern daraus, daß es nach den Feststellungen des Berufungsgerichts in massiver Weise den gesamten Markt und damit insbesondere die Rechte dritter, am Verhältnis der Beklagten zur Firma S■■■■■ unbeteiligter Wettbewerber beeinträchtigt und diese in ihrem Wettbewerb behindert. Im Verhältnis zu diesen kann die Beklagte aber aus dem Verhalten der Firma S■■■■■ keine Rechtfertigung herleiten.

III. Die Revision erweist sich somit als unbegründet.
Sie ist mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

v. Gamm

Piper

Erdmann

Teplitzky

Scholz-Hoppe