

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 1

Die 10 Gebote heute

Zur Frage der Unlauterkeit einer Werbung, in der ein kommerzielles Unternehmen beim Vertrieb eines Sammelwerkes darauf hinweist,

- a) ein karitativer Verein (hier: Kinderhilfswerk e.V.) sei Herausgeber des Werkes,
- b) mit einem Teil des Verkaufserlöses würden karitative Einrichtungen gefördert.

BGH, Urt. v. 19. Mai 1976 - I ZR 35/75 - OLG München
LG München

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 35/75

URTEIL

Verkündet am
19. Mai 1976
Schnurr
Justizhauptsekretärin
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Firma I Institut für K Aktiengesellschaft,
H Straße 7, M, gesetzlich vertreten durch
seinen Vorstand Karl M, ebenda,

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. -

gegen

Verband B V und B e. V.,
T Straße 17, M, gesetzlich vertreten durch
seinen Vorsitzenden Karl T - I, ebenda,

Kläger und Revisionsbeklagter,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. und
Dr. -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat
auf die mündliche Verhandlung vom 19. Mai 1976 durch
die Vorsitzende Richterin Dr. Krüger-Nieland und die
Richter Alff, Dr. Schönberg, Dr. Frhr. v. Gamm und
Schwerdtfeger

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des
6. Zivilsenats des Bayerischen Ober-
landesgerichts München vom 16. Ja-
nuar 1975 wird auf Kosten der Beklag-
ten mit der Maßgabe zurückgewiesen,
daß die Strafandrohung lautet:

Bei Vermeidung eines für jeden Fall
der Zuwiderhandlung vom Gericht fest-
zusetzenden Ordnungsgeldes bis zum
Betrag von 500.000,-- DM oder von
Ordnungshaft bis zu 6 Monaten.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger, ein Verband bayerischer Verlage und
Buchhandlungen, hat die Aufgabe, die Interessen sei-
ner Mitglieder zu fördern.

Die Beklagte, eine Aktiengesellschaft, wirbt
durch ihre Außendienst-Mitarbeiter bei Leitern von
Firmen, Behörden und Verbänden für das von ihr redi-
gierte und nach Art des Reisebuchhandels vertriebene



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



Werk "Die 10 Gebote heute". Sie gehört zu einer Firmengruppe, an deren Entstehung der Mormone Roland W. maßgeblich mitgewirkt hat. Zu dieser Gruppe gehören - so die Beklagte - außer ihr die Firma "O. S. W. und R. KG" (die nach der Behauptung der Beklagten durch den Verkauf eines Olympia-Buches einen Reinerlös von ca. 3 Millionen DM zugunsten der Sportförderung erwirtschaftet hat), die Firma "S. - und F. GmbH & Co., Institut für F. KG" und die Firma "p. GmbH & Co., das Fachunternehmen für Sport- und Freizeit KG". Gegenstand der am 25. September 1973 ins Handelsregister des Amtsgerichts Dortmund eingetragenen Beklagten ist "die Erforschung von Kulturgütern, die Forschung im Bereich der Kulturphilosophie, der Kulturpsychologie, der Kultursoziologie und der Kulturgeschichte sowie die Erforschung des Stellenwertes des einzelnen Menschen in bezug auf die verschiedenen Kulturbereiche, die Erstellung von Kulturdokumentationen aller Art und deren Verbreitung in geeigneter Form".

Das dreibändige Werk "Die 10 Gebote heute", das laut von der Beklagten überreichtem Bestellschein Textbeiträge von "Persönlichkeiten aus allen Bereichen unserer Bevölkerung sowie zeitgenössischer Schriftsteller" enthält und dessen Farbtafeln als "Meisterwerke der größten Fotografen unserer Zeit" bezeichnet werden, wird zum "Subskriptionspreis" von 327,-- DM angeboten, das einbändige Werk ("mit ausgewählten Beiträgen und Fotos") zu einem Subskriptionspreis von 59,-- DM. Als Herausgeber wird das "Kinderhilfswerk e. V." genannt. Diesem fließt der "Herausgebererlös" zu, der laut Bestellschein vertraglich festgelegt ist. An der

Gründung des Kinderhilfswerks e. V. war ebenfalls Roland W. maßgeblich beteiligt. Das Kinderhilfswerk wurde am 27. September 1972 in das Vereinsregister des Amtsgerichts München eingetragen. Früher war der Vorstand der Beklagten, M., gleichzeitig zweiter stellvertretender Vorsitzender des Kinderhilfswerks e. V..

Vereinszweck des Kinderhilfswerks ist "die Förderung und Unterstützung der Kinder- und Jugendpflege und Jugendfürsorge, insbesondere durch Förderung und Unterstützung von Einrichtungen und Vorhaben in diesem Bereich". Die Mittel zur Erreichung des Vereinszweckes sollen gemäß § 2 Nr. 3 der Satzung unter anderem durch Einnahmen aufgebracht werden, "die aus Verwertung von Urheber- (Herausgeber-) Rechten erzielt werden".

Gleichzeitig mit der Verkaufswerbung wird der Umworbene gebeten, sich mit einem eigenen, 18 Zeilen nicht überschreitenden Beitrag (Erlebnis, Geschichte oder Überlegung im Zusammenhang mit einem der 10 Gebote) als Mitautor an dem Werk "Die 10 Gebote heute" zu beteiligen. Ferner wird ihm ein Wahlschein für Förderungsvorschläge zur Verwendung des "Herausgeber-erlöses" aus dem Dokumentationswerk "Die 10 Gebote heute" vorgelegt, auf dem er neben dem Kinderhilfswerk e. V. weitere darin aufgeführte Hilfseinrichtungen und -organisationen ankreuzen kann.

Der Kläger sieht in der von der Beklagten unter Hinweis auf die Herausgeberschaft des Kinderhilfswerks durchgeführten Vertriebs- und Autorenwerbung unter dem Gesichtspunkt der gefühlsbetonten Werbung

einen Verstoß gegen § 1 UWG.

Er hat in den Vorinstanzen ferner den Firmennamen "Institut für Kulturforschung" mit der Begründung angegriffen, dieser sei im Hinblick auf die vordergründigen wirtschaftlichen Interessen der Beklagten irreführend.

Die Beklagte hatte zunächst im Rahmen der beanstandeten Werbeaktion zusammen mit dem Werk "Die 10 Gebote heute" noch das Buch "Japan Sunrise Islands" angeboten. Der Kläger hat bezüglich der Werbung für dieses Buch zusätzlich aus rabattrechtlichen Gründen beanstandet, daß dabei ein "Verkaufspreis" und ein "Vorzugspreis" bzw. "IFK-Preis" einander gegenübergestellt worden waren.

Das Landgericht hat - von einer geringfügigen Klageabweisung abgesehen - die Beklagte kostenpflichtig antragsgemäß verurteilt, es zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken, insbesondere beim Aufsuchen und/oder Abschließen von Bestellungen auf die Verlagserzeugnisse "Die 10 Gebote heute" und/oder "Japan Sunrise Islands", die nachgenannten Werbebehauptungen aufzustellen:

- 1) der Beauftragte der Beklagten handle für das "Institut für Kulturforschung", und/oder das Kinderhilfswerk sei Herausgeber des Buchwerkes "Die 10 Gebote heute", und/oder das Werk "Japan Sunrise Islands" werde unter dem Patronat des Kinderhilfswerks herausgegeben;
- 2) der Umworbene solle als Mitautor des vom "Kinderhilfswerk" herausgegebenen Werkes "Die 10 Gebote heute" einen Beitrag verfassen und unter Angabe seines Namens, Titels und Wohnorts (bzw. Tätigkeitsorts) in dem Werk veröffentlichen lassen;

- 3) mit dem Kauf der Bücher "Die 10 Gebote heute" und "Japan Sunrise Islands", insbesondere für Geschenkzwecke des Käufers, bei Mindestabnahme von 5 Exemplaren für das einbändige Werk "Die 10 Gebote heute" werde das "Kinderhilfswerk e. V." oder eine entsprechende Hilfseinrichtung gefördert;
- 4) der Käufer erhalte das Werk "Japan Sunrise Islands" auf Grund seiner Vorzugs-Bestellung zum Vorzugspreis von 169,-- DM und/oder Vorzugspreis Teil I 84,50 DM und/oder Vorzugspreis Teil II 84,50 DM statt zum Verkaufspreis von 189,-- DM.

In der Berufungsinanz haben die Parteien den Rechtsstreit, soweit sich die Klage gegen die Werbung für das Buch "Japan Sunrise Islands" richtete, mit wechselseitigen Kostenanträgen in der Hauptsache für erledigt erklärt.

Im Übrigen hat die Beklagte beantragt, abändernd die Klage abzuweisen.

Der Kläger hat beantragt,

die Berufung mit der Maßgabe zurückzuweisen, daß in I 3 des landgerichtlichen Urteilsspruchs die Worte "oder eine entsprechende Hilfseinrichtung" ersetzt werden durch die Worte "oder eine in dem Wahlschein (Anlage K 1 und Anlage B 5) genannten Hilfseinrichtungen".

Das Berufungsgericht hat abändernd die Beklagte verurteilt,

- I. es bei Strafandrohung zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken zu behaupten,

- 1) das Kinderhilfswerk sei Herausgeber des Buchwerkes "Die 10 Gebote heute" oder
- 2) der Umworbene solle als Mitautor des vom Kinderhilfswerk herausgegebenen Werkes "Die 10 Gebote heute" einen Beitrag verfassen und unter Angabe seines Namens, Titels und Wohnorts in dem Werk veröffentlichen lassen oder
- 3) mit dem Kauf von mindestens fünf Stücken des Buches "Die 10 Gebote heute" werde eine der folgenden Hilfseinrichtungen gefördert:

Kinderhilfswerk e. V.
Bundesverband für spastisch Gelähmte u. a.
Körperbehinderte e. V.
Deutscher Caritasverband
Deutsche Gesellschaft zur Förderung der Hör-Sprach-Geschädigten e. V.
Deutsche Homophiliegesellschaft
Deutscher Kinderschutzbund
Deutscher Paritätischer Wohlfahrtsverband
Deutsches Rotes Kreuz
Internationaler Bund für Sozialarbeit,
Jugendsozialwerk e. V.
Internationale Gesellschaft für Heimerziehung
Sektion BRD (Unesco)
Lebenshilfe für geistig Behinderte e. V.
Heilpädagogisches und heiltherapeutisches Zentrum für behinderte Kinder in Neuwied
Notaufnahme- und Erholungsheim für geistig behinderte Kinder
Sonderheim für mehrfach behinderte taubstumme und schwerhörige Kinder in Heide
Einrichtung eines Kinderschutzhauses für kurzfristige Aufnahme von Kindern in Notfällen
Kur-Erholungsheim für körperbehinderte Kinder in Gettenbach
Tages- und Bildungsstätte mit Therapiezentrum für körperbehinderte Kinder in Oldenburg (Diakonisches Werk Deutschland)

- II. Im übrigen wird die Berufung der Beklagten zurückgewiesen.
- III. Von den Kosten des ersten Rechtszuges werden 1/3 dem Kläger und 2/3 der Beklagten auferlegt.

Die Kosten des Berufungsverfahrens werden gegeneinander aufgehoben.

Mit der Revision erstrebt die Beklagte Klagabweisung in vollem Umfang. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hält die von ihm untersagten Werbemaßnahmen der Beklagten - nur diese sind noch Gegenstand des Revisionsverfahrens - unter dem Gesichtspunkt der gefühlbetonten Werbung für wettbewerbswidrig. Es führt unter anderem aus: Es sei unzulässig, Mitleid, Hilfsbereitschaft und Mildtätigkeit des Umworbenen auszunutzen und damit in unsachlicher Weise von den im Leistungswettbewerb für die Willensbildung des Käufers wesentlichen Umständen abzulenken. Das tue die Beklagte, indem sie das Kinderhilfswerk e. V. und andere Hilfsorganisationen als Vorspann für ihr Gewinnstreben benutze. Auch wenn es sich bei den von den Beauftragten der Beklagten angesprochenen Verkehrskreisen um Personen handele, die in der Regel gefühlsmäßig nicht leicht zu beeinflussen seien, nähmen auch solche Personen auf die gefühlsmäßige Einstellung ihrer Umwelt Rücksicht, zumal sie in dem von der Beklagten angebotenen Werk als Autoren auftreten und das Werk als Geschenk verwenden könnten. Daß es sich bei dem von der Beklagten vertriebenen Werk nicht um einen billigen Artikel des täglichen Bedarfs handele, rechtfertige keine andere Beurteilung. Es komme auch nicht darauf an, daß die Beklagte den von ihr als "Herausgebererlös" bezeichneten Teil ihrer Einnahmen aus dem

Vertrieb an das Kinderhilfswerk e. V. und möglicherweise auch an andere soziale Einrichtungen abführe. Sie habe zugestanden, daß sie ihren Aktionären einen angemessenen Verdienst ermögliche, Arbeitsplätze schaffen und ihren Mitarbeitern einen überdurchschnittlichen Lebensstandard ermöglichen wolle.

II. Die Revision hat keinen Erfolg .

1. Der Bundesgerichtshof hat wiederholt ausgesprochen, daß eigennützigem Gewinnstreben dienende Werbemaßnahmen eines Unternehmens der gewerblichen Wirtschaft, die in erster Linie an die soziale Hilfsbereitschaft des Käufers appellieren, grundsätzlich mit den guten Sitten im Wettbewerb unvereinbar sind (BGH GRUR 1965, 485, 487 - Versehrten-Betrieb m. w. N.; BGH GRUR 1968, 44, 46 - Schwerbeschädigten-Betrieb). Diese Rechtsprechung findet ihre Begründung darin, daß - wie der Bundesgerichtshof ausgeführt hat (aaO) - durch eine solche u n s a c h l i c h e Beeinflussung an die Stelle eines echten Leistungswettbewerbs die Ausnutzung der Hilfsbereitschaft des Verbrauchers tritt. Damit ist gleichzeitig zum Ausdruck gebracht worden, daß nicht jedes bloße Ansprechen des Gefühls des Umworbenen als wettbewerbswidrig angesehen werden kann, insbesondere nicht eine Werbung, durch die zwar auch die Hilfsbereitschaft mitangesprochen wird, ohne daß aber dadurch der sachliche Bezug zur gebotenen Leistung verloren geht oder in sonstiger Weise auf eine unsachliche Kundenbeeinflussung hingewirkt wird (BGH in NJW 1976, 753 - UNICEF-Grußkarten). Fehlt ein solcher sachlicher Bezug - wie etwa der Hinweis auf besondere Leistungselemente (vgl. BGH GRUR 1959, 277, 279 - Künstler-Postkarten) - und wird zielbewußt und planmäßig an die

soziale Hilfsbereitschaft des Umworbenen appelliert, um diese im eigenen wirtschaftlichen Interesse auszunutzen, ist dies - daran ist festzuhalten - in der Regel wettbewerbswidrig.

2. Unstreitig handelt es sich bei der Beklagten um ein kommerzielles Unternehmen. Nach dem eigenen Vortrag der Beklagten soll dieses nicht nur an Hilfseinrichtungen abzuführende Erträge - 50 % bis 75 % des Reingewinns - erwirtschaften, sondern auch den Aktionären einen angemessenen Verdienst ermöglichen, Arbeitsplätze schaffen und den Mitarbeitern einen überdurchschnittlichen Lebensstandard ermöglichen. Daß die Beklagte bei ihrer Vertriebswerbung durch den Hinweis darauf, daß aus dem Verkaufserlös Hilfseinrichtungen gefördert würden, bewußt die Hilfsbereitschaft der Umworbenen anspricht, steht außer Frage. Das gleiche Ziel verfolgt die Beklagte mit dem Hinweis, das Kinderhilfswerk sei Herausgeber des Werkes "Die 10 Gebote heute". Diese Werbemaßnahmen hat sie zielbewußt und systematisch zum wesentlichen Bestandteil ihrer Vertriebsorganisation gemacht, nachdem hierfür durch die Gründung des Kinderhilfswerks e. V. die Voraussetzungen geschaffen worden waren. Dabei ist für die Revisionsinstanz davon auszugehen, daß das Kinderhilfswerk e. V. aufgrund eines von ihm mit der Beklagten geschlossenen Herausgebervertrages Herausgeber des Werkes "Die 10 Gebote heute" ist. Das Berufungsgericht hat hierzu keine Feststellungen getroffen; es hat aber offensichtlich für seine Entscheidung die dahingehende Behauptung der Beklagten als wahr unterstellt. Daß auch eine juristische Person Herausgeberin eines Sammelwerkes sein kann - der Kläger hatte insoweit in den Vorinstanzen Bedenken geäußert - ist anerkannt (BGH GRUR 1961, 631, 632 - Fernsprehbuch). Es ist ferner davon auszugehen,

daß die Beklagte - das ist unstreitig - das Kinderhilfswerk e. V. mit Erlösen aus dem Verkauf des Werkes "Die 10 Gebote heute" unterstützt.

Das Landgericht hat den Ausführungen der Beklagten entnommen, diese habe das Kinderhilfswerk nur deshalb zum Herausgeber des Werkes gemacht, um diesem die entsprechenden Erlöse zuwenden und mit dem Hinweis auf die Herausgeberschaft werben zu können. Ob sich die Beklagte dabei nur von dieser Erwägung hat leiten lassen, mag dahinstehen. Jedenfalls rechtfertigt der eigene Vortrag der Beklagten den Schluß, daß dies der wesentliche Beweggrund war. Sie räumt selbst ein, daß der Erfolg ihrer Verkaufsaktion allein davon abhängt, daß sie in der beanstandeten Weise für den Verkauf des Werkes werben darf. Ein Erfolg der vorliegenden Klage - so führt sie aus (Schriftsatz vom 16. Januar 1974, S. 30) - würde bedeuten, daß das "Ideenwerk von Roland W." zusammenbreche, der dem Kinderhilfswerk e. V. zugesagte "Herausgebererlös" nicht realisiert werden könne und die Mitarbeiter der Beklagten entlassen werden müßten. In Übereinstimmung mit dem Landgericht sieht daher das Berufungsgericht zu Recht das Verwerfliche darin, daß die Beklagte das Kinderhilfswerk als Vorspann für ihr Gewinnstreben benutzt.

3. Der Streitfall weist keine Merkmale auf, die die beanstandete Werbung zu rechtfertigen vermöchten.

Der Werbehinweis auf das Kinderhilfswerk als Herausgeber rückt nicht - wie in dem "Künstlerpostkarten"-Fall (aaO) der Hinweis auf die Arbeitsweise der körperbehinderten Künstler - ein

Leistungselement besonderer Art in das Blickfeld der Käufer, das einer Berücksichtigung bei einer sachlichen Prüfung des Werkes zugänglich wäre. Es ist nicht erkennbar, weshalb ein Verein, der sich die Unterstützung von Einrichtungen auf dem Gebiet der Kinder- und Jugendlichen-Fürsorge zum Ziel gesetzt hat, besonders geeignet sein sollte, sich als Herausgeber eines - nach der Darstellung der Beklagten - anspruchsvollen Kultur- und Forschungswerkes zu betätigen und die Eigenart und Qualität eines solchen Werkes zu beeinflussen. Nach ihrem Unternehmensgegenstand sollten die Voraussetzungen hierfür eher bei der Beklagten gegeben sein.

Die Revision sieht darin, daß die Beklagte das Sammelwerk "Die 10 Gebote heute" vom Kinderhilfswerk herausgeben läßt, ein "Element" der von der Beklagten angebotenen Leistung. Sie meint, es sei für den Käufer eine sachbezogene Information, zu wissen, daß der Erlös eines solchen "Tendenz"-Werkes nicht ausschließlich dem Gewinnstreben der Beklagten diene, sondern der sozialhumanitären Tendenz dieses Werkes entsprechend verwendet werde. - Es ist schon fraglich, ob sich aus dem Inhalt und Gegenstand des Werkes, das nach seiner Zielsetzung die Bedeutung der christlichen Gebote für den gesamten Bereich menschlichen Zusammenlebens in der heutigen Zeit herausstellen soll, speziell ein sachlicher Bezug auf die Förderung der Kinderhilfe herleiten läßt; ein solcher Bezug ist zumindest weit hergeholt. Jedenfalls ist eine solche Information kein auf die den Käufer interessierende Eigenart und Qualität des Werkes hinweisender Sachbezug. Aus der Sicht des Käufers ist sie lediglich eine seine Hilfsbereitschaft ansprechende Motivation; sie lenkt ihn davon ab, sich

bei seinem Kaufentschluß in erster Linie von der Qualität des Werkes und Bedarfserwägungen leiten zu lassen.

Die Revision vermag den beanstandeten Hinweis auf die Herausgeberschaft des Kinderhilfswerks auch nicht mit Erfolg damit zu rechtfertigen, daß durch ein Verbot dieses Hinweises in Rechte des Kinderhilfswerkes eingegriffen werde. Hier geht es nicht um etwaige Rechte des Kinderhilfswerks, sich als Herausgeber des Werkes zu bezeichnen; das Kinderhilfswerk e. V. ist nicht Partei dieses Rechtsstreits. Zur Entscheidung steht allein, ob die Beklagte in der Werbung für ihr Erzeugnis die mit auf ihre eigene zielbewußte Initiative zurückzuführende Herausgeberschaft des Kinderhilfswerks als Vorspann für ihr eigennütziges Gewinnstreben verwenden darf.

4. Die Erwägungen, die zum Verbot des von der Beklagten in ihrer Werbung verwendeten Herausgeber-Hinweises führen, gelten in verstärktem Maße - das bedarf keiner weiteren Begründung - für den angegriffenen Werbehinweis, mit dem Kauf des Werkes "Die 10 Gebote heute" würden das Kinderhilfswerk und andere Hilfseinrichtungen gefördert. Wie die Werbung anderer von der Revision genannten Hilfsaktionen wettbewerbsrechtlich zu werten ist, steht nicht zur Entscheidung. Entgegen der Auffassung der Revision ist die angegriffene Werbung der Beklagten mit der der Grußkartenaktion des Deutschen Komitees der UNICEF e. V. nicht vergleichbar. Wie der erkennende Senat in der UNICEF-Grußkarten-Entscheidung (aaO) ausgeführt hat, widmet sich jenes Komitee unter Verzicht auf eigennütziges Gewinnstreben rein karitativen Aufgaben. Die bei der Herstellung der Karten mitwirkenden Grafiker und Werbefachleute arbeiten kostenlos und der

Kartenvertrieb erfolgt durch eine Unzahl ehrenamtlicher und freiwilliger Helfer. Angesichts dieses Sachverhaltes konnten die Grundsätze, die die Rechtsprechung für die Wettbewerbswidrigkeit einer gefühlsbetonten Werbung von eigennützig tätigen Erwerbsunternehmen entwickelt hat, dort keine Anwendung finden, wobei offengeblieben ist, ob bei einer solchen Fallgestaltung überhaupt von einem Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs, wie es die Anwendung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb voraussetzt, gesprochen werden kann.

5. Das Berufungsgericht hat der Beklagten ohne Rechtsverstoß zusätzlich zu der verurteilten Verkaufswerbung die damit verbundene Autorenwerbung untersagt. Die von der Revision beanstandete Formulierung des Urteilsspruchs: "..... zu behaupten, der Umworbene solle als Mitautor einen Beitrag verfassen" ist zwar sprachlich nicht korrekt. Der Gegenstand dieses Verbotes ergibt sich aber unmißverständlich aus dem Gesamtzusammenhang von Tatbestand und Gründen des angefochtenen Urteils. Eine Klarstellung erübrigt sich.

Entgegen der Auffassung der Revision wird der Beklagten durch dieses Verbot die Autorenwerbung nicht gesondert, sondern - nach seinem Wortlaut - nur in Verbindung mit der Ankündigung, das Werk werde vom Kinderhilfswerk herausgegeben, untersagt. Mit der Aufforderung an den Umworbenen, sich als Mitautor an diesem Werk zu beteiligen, bringt die Beklagte ein zusätzliches Element in ihre Werbung, das deren Unlauterkeit noch verstärkt. Dabei ist zu berücksichtigen, daß die Beklagte sich mit ihrer Werbung an

führende Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens wendet, die sich dem Appell an ihre soziale Hilfsbereitschaft in der Regel werden nur ungern entziehen wollen. Wird diesen Personen nahegelegt, zu dem Erfolg der Hilfsaktion nicht nur durch den Kauf des Werkes beizutragen, sondern darüber hinaus unter Nennung ihres Namens an der Gestaltung eines Buches mitzuwirken, zu dessen Autoren namhafte Persönlichkeiten aus Kultur, Wissenschaft und Kunst zählen, werden damit Empfindungen angesprochen, die bei dem Einzelnen durchaus unterschiedlicher Natur sein können. Bei manchen zunächst zum Kauf des Werkes noch nicht Entschlossenen wird die Autorenwerbung aus der Erwägung heraus, auch auf diese Weise zu dem Gelingen des für einen guten Zweck bestimmten Werkes beitragen zu können, auf fruchtbaren Boden fallen. Entschließt er sich dazu, einen literarischen Beitrag zu leisten, ist er auch als Käufer des Werkes gewonnen. Letztlich wird von der Beklagten daher die Autorenwerbung zusätzlich als Mittel der wettbewerbswidrigen gefühlbetonten Werbung eingesetzt.

III. Da die angefochtene Entscheidung auch sonst keinen Rechtsfehler erkennen läßt, war die Revision zurückzuweisen. Ob die beanstandete Werbung auch gegen weitere in diesem Rechtsstreit erörterte Rechtsvorschriften verstößt, bedarf keiner Entscheidung.

Die Strafandrohung war der Neufassung des § 890 ZPO anzupassen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

Krüger-Nieland

Alff

Schönberg

v. Gamm

Schwerdtfeger