

Nachschlagewerk: nein

BGHZ: nein

Zur Veröffentlichung

UWG § 1; ZugabeVO §§ 1, 2; BGB § 242 D

Zur Frage, unter welchen Voraussetzungen die Einwendung des Beklagten erheblich ist, auch der Kläger habe sich wettbewerbswidrig verhalten.

BGH, Urt. v. 2. Juli 1971 - I ZR 43/70 - OLG Hamburg
LG Hamburg

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 43/70

URTEIL

Verkündet am
2. Juli 1971
Zug,
Justizsekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma William R.P. S. [REDACTED] GmbH, O. [REDACTED]-S. [REDACTED],
F. [REDACTED]straße 8, vertreten durch ihre Geschäftsführerin
Gerda S. [REDACTED],

Beklagten, Widerklägerin und
Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma T. [REDACTED] Frisch-Röst-Kaffee Max H. [REDACTED], H. [REDACTED],
C. [REDACTED] 10,

Klägerin, Widerbeklagte und
Revisionsbeklagte,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 2. Juli 1971 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Alff, Dr. Sprenkmann, Dr. Merkel und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts in Hamburg vom 26. Februar 1970 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Beide Parteien vertreiben gerösteten Kaffee an Letztverbraucher.

Die Beklagte läßt durch Vertreter ausschließlich Bestellungen auf 20 kg oder 40 kg Kaffee in vielmönatigen Teillieferungen aufnehmen. Der Preis beträgt zur Zeit DM 9,80 je 1/2 kg.

Bei Bestellung von 20 kg Kaffee erhält der Kunde eine Tischdecke, von 40 kg Kaffee eine Kaffeemaschine.

Die vom Kunden zu unterschreibenden Auftragsformulare enthalten neben der Bestellung den Preis des Kaffees,



der mit DM 9,80 je 1/2 kg angegeben ist, ferner die Höhe der anteiligen Porto- und Verpackungskosten und die Bestimmung von Umfang und Zeit der jeweiligen Teillieferungen. Nach den auf der Rückseite abgedruckten Zahlungs- und Lieferungsbedingungen kann die Beklagte bei Annahmeverzug des Käufers statt Erfüllung die Zahlung von 1/3 des Gesamtkaufpreises als Entschädigung für entgangenen Gewinn und Ersatz für Aufwendungen von der gesamten noch abzunehmenden Kaffeemenge verlangen. Kaffeemaschine und Tischdecke sind in dem Auftragsformular nicht erwähnt. Zusätzlich hat der Kunde ein Formular zu unterschreiben, in dem er die Bestellung des Kaffees und den Erhalt von Kaffeemaschine bzw. Tischdecke bestätigt. Dann heißt es: "Der Preis für diesen/diese Artikel ist im Kaffeepreis enthalten."

Die Klägerin verlangt Unterlassung dieser Lieferung einer Kaffeemaschine bzw. Tischdecke in der beschriebenen Art; es liege darin ein Verstoß gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO und gegen § 1 UWG. Sie stützt sich dabei auf eine von einer Kundin aufgegebenen Bestellung über 40 kg Kaffee zur laufenden monatlichen Lieferung von je 750 g ab 1. Oktober 1968; die Kundin hatte eine Kaffeemaschine erhalten. Ferner begehrt die Klägerin Auskunft und Feststellung der Schadensersatzpflicht der Beklagten.

Die Beklagte hält ihre Werbemaßnahme für zulässig. Nach ihrer Behauptung hat der Kunde die Wahl zwischen 3 % Rabatt und der Kaffeemaschine bzw. Tischdecke. Der Preis sei ein Gesamtpreis für Kaffee und Kaffeemaschine bzw. Tischdecke, der ein vollwertiges

Entgelt darstelle. Seit sie die Artikel mitliefere, habe sie den Preis des Kaffees von DM 9,40 auf DM 9,80 erhöht, bei 40 kg seien das 32,-- DM, 3 % Rabatt auf den Preis von 40 kg = DM 784,-- seien fast DM 24,--; für die Kaffeemaschine habe sie weniger als DM 20,-- zu zahlen. Im Kaffeehandel seien solche Kopplungen üblich, große Firmen böten Kaffee in Wandschränken, Schmuckdosen, Warenkörbchen, ferner mit Pralinen, so auch die Klägerin, an.

Das Landgericht hat antragsgemäß verurteilt.

In der Berufungsinstanz hat die Beklagte im Wege der Widerklage beantragt, der Klägerin eine bestimmte Werbebehauptung und die näher bezeichnete Kopplung von Kaffee mit Schreibkassetten und Sparbeuteln sowie Pralinen zu verbieten, sowie Auskunft zu erteilen und die Schadensersatzpflicht der Klägerin festzustellen.

Das Oberlandesgericht hat die Berufung zurückgewiesen und die Widerklage als unzulässig, weil nicht sachdienlich, abgewiesen.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihre Anträge einschließlich der Widerklage aus dem zweiten Rechtszug weiter. Die Klägerin bittet, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Nach der Auffassung des Berufungsgerichts verstößt die Beklagte dadurch gegen das Zugabeverbot des § 1 Abs. 1 Satz 1 ZugabeVO, daß sie beim Vertrieb von Kaffee

entweder eine Kaffeemaschine (bei Bestellung von 40 kg Kaffee) oder eine Tischdecke (bei Bestellung von 20 kg Kaffee) ohne besondere Berechnung mitliefert. Das Berufungsgericht führt weiter aus, Inhalt und Fassung des Auftrags- und des Bestätigungsformulars machten deutlich, daß der Kaffee Hauptware und Kaffeemaschine bzw. Tischdecke Nebenware seien. Es liege für das Publikum auch keine Kombination mehrerer Waren zu einer Wareneinheit vor. Denn der Verkehr erwarte bei dieser Art von Bestellung keine Mitlieferung einer Kaffeemaschine oder einer Tischdecke. Die Nebenware werde auch nur dann geliefert, wenn der Kunde die vorgesehenen Mengen Kaffee bestelle. Es fehle schließlich an einer besonderen Berechnung dieser Gegenstände. Daran ändere nichts, daß sich die Beklagte bestätigen lasse, im Preis für den Kaffee sei der Preis für die Kaffeemaschine bzw. Tischdecke mitenthalten. Die Beklagte könne sich nicht auf die nach ihrer Behauptung durchgeführte Preiserhöhung des Kaffees von DM 9,40 auf DM 9,80 je 1/2 kg berufen. Maßgeblich sei, wie die angebotene Nebenleistung nach außen hin in Erscheinung trete und welchen Eindruck der umworbene Kunde habe. Das formale Moment nicht besonderer Berechnung sei allein entscheidend. Jedes andere Ergebnis sei nicht praktikabel.

II. Die gegen diese Ausführungen gerichteten Angriffe der Revision haben im Ergebnis keinen Erfolg.

1. Ohne Rechtsverstoß nimmt das Berufungsgericht an, daß im Streitfall der Kaffee Hauptware und die Kaffeemaschine bzw. die Tischdecke Nebenwaren sind.

Das Berufungsgericht gewinnt sein Ergebnis in erster Linie aus dem Inhalt und der Gestaltung sowohl des Auftrags- als auch des Bestätigungsformulars, das das Berufungsgericht entgegen der Meinung der Revision ebenfalls bei seinen Erwägungen berücksichtigt. Es ist auch aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden, daß das Berufungsgericht die Auffassung des Verkehrs danach bestimmt, ob das Publikum die Lieferung einer Ware nach dem Inhalt des Kaufvertrages als Erfüllung dieses Vertrages erwartet oder nicht. Es ist auch kein Anhalt ersichtlich, aus dem der Verkehr etwa Kaffee und Kaffeemaschine bzw. Tischdecke im Verhältnis zueinander als gleichrangig ansehen könnte, auch die Revision hat keinen in diese Richtung weisenden Umstand dargelegt. Wenn im Kaffeehandel Kopplungen von verschiedenen Gegenständen üblich sein sollten, besagt das noch nichts darüber, ob die Waren im Verhältnis zum Kaffee als gleichrangig angesehen werden. Das Berufungsgericht durfte seine Feststellungen auch ohne Hinzuziehung eines Sachverständigen treffen, denn sie beruht maßgeblich auf objektiv feststellbaren Umständen, gegen sie spricht nichts; bei dieser Sachlage geht nach der Lebenserfahrung auch der Verkehr diesen Weg.

Das Berufungsgericht hätte auch den eigenen Vortrag der Beklagten, der Kunde dürfe zwischen einem Barzahlungsrabatt in Höhe von 3 % und der Kaffeemaschine bzw. Tischdecke wählen, im Sinne dieser Feststellung auswerten dürfen. Denn daraus ergibt sich zwanglos, daß auch nach der Vorstellung der Beklagten Hauptware nur der Kaffee war und im übrigen dem Kunden freistehen sollte, sich für eine Nebenware oder für den Barzahlungsrabatt zu entscheiden.

2. a) Die Revision greift weiter die Auffassung des Berufungsgerichts an, die Nebenware werde ohne besondere Berechnung gewährt. Entscheidend ist für das Berufungsgericht der Umstand, daß der formal für den Kaffee allein festgesetzte Preis gleich dem für Haupt- und Nebenware geforderten Preis ist, demnach für die Nebenware kein besonderer Preis gefordert wird. Auf eine Nachkalkulation kommt es nach der Ansicht des Berufungsgerichts nicht an, weil dann das Zugabeverbot nicht mehr praktikabel sei. Dem ist für den hier zunächst zu behandelnden Fall zu folgen, daß der geforderte Preis als der Preis der Hauptware bezeichnet wird. Denn, wie das Berufungsgericht zutreffend ausführt, die Kalkulation einer Ware sei letztlich undurchsichtig, sie hänge von vielen Umständen ab, die, weil sie wie Gemeinkostenzuschläge und Unternehmergewinne weit gegriffen seien, sich nicht mit Sicherheit feststellen ließen. Die Gerichte könnten im Einzelfall nicht nachprüfen, ob ein Kaufmann tatsächlich den Wert der Nebenware voll als Kosten in den Preis der Hauptware einkalkuliert habe (BU 19/20).

Bei dieser Betrachtung mißt das Berufungsgericht dem letzten Satz des Bestätigungsformulars, der Preis für die Kaffeemaschine sei mit im Kaffeepreis enthalten, keine besondere Bedeutung zu, weil er für den Verkehr kein Kopplungsangebot erkennen lasse, nachdem im übrigen Text des Auftrags- und des Bestätigungsformulars nur auf den Kaffeepreis hingewiesen worden sei und auch im letzten Satz des Bestätigungsformulars wieder auf den Kaffeepreis Bezug genommen werde. Das Berufungsgericht erwägt schließlich, jedenfalls bei

flüchtiger Betrachtungsweise, auf die bei der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung abzustellen sei, müsse der Verkehr den Eindruck gewinnen, daß er nur für den Kaffee zu zahlen habe und die Kaffeemaschine bzw. die Tischdecke ihm ohne besondere Berechnung überlassen werde (BU 21). Diese Erwägungen sind aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

b) Aber auch dann, wenn der Hinweis in dem Bestätigungsformular mit dem Vortrag der Beklagten und im Widerspruch mit dem Umstand, daß der zu zahlende Preis gleich dem für den Kaffee allein in dem Auftragsformular angegebenen Preis ist, als Gesamtpreis für Kaffee und die Kaffeemaschine bzw. Tischdecke zu verstehen wäre, würde sich an der rechtlichen Beurteilung als unzulässige Zugabe im Ergebnis nichts ändern. In diesem Fall käme § 1 Abs. 1 Satz 3 ZugabeVO zur Anwendung, wonach eine (unzulässige) Zugabe auch dann vorliegt, wenn zur Verschleierung der Zugabe eine Ware (Leistung) mit einer anderen Ware (Leistung) zu einem Gesamtpreis angeboten, angekündigt oder gewährt wird. Es handelte sich, geht man von dem Vortrag der Beklagten aus, um die Kopplung einer Hauptware (Kaffee) mit einer Nebenware (Kaffeemaschine bzw. Tischdecke), bei der der Verkäufer den für die eine Ware benannten und den Gesamtpreis voll ausfüllenden Preis nicht gelten lassen will. In solchen verdeckten Kopplungsgeschäften muß der Verkäufer seine Kalkulation offenlegen, um das Indiz für das Vorliegen einer verschleierte Zugabe im Sinne des § 1 Abs. 1 Satz 3 ZugabeVO zu entkräften; maßgeblich sind insoweit objektive Kriterien, nicht die Verkehrsauffassung (BGH GRUR 1962, 415, 418 - Glockenpackung). Dem ist die

Beklagte nicht mit dem Vortrag nachgekommen, sie habe wegen der Mitlieferung der Kaffeemaschine bzw. Tischdecke den Kaffeepreis von DM 9,40 auf DM 9,80 je 1/2 kg erhöht und weiter, der Kunde könne statt der Nebenware einen Barzahlungsrabatt von 3 % verlangen; die Preiserhöhung ergebe bei einer Bestellung von 40 kg den Betrag von DM 32,--, 3 % von DM 784,-- seien über DM 23,--, beide Beträge lägen über dem Einkaufspreis für die Kaffeemaschine, der bei DM 20,-- liege.

Die Preiserhöhung einer Ware besagt nichts über die Umstände, die zu ihr geführt haben; auch ein zeitlicher Zusammenhang mit einem anderen Ereignis (hier Lieferung einer Nebenware) nötigt nicht zur Annahme eines sachlichen Zusammenhangs. Ein Barzahlungsrabatt hat gleichfalls in der hier erforderlichen Richtung keinen Aussagewert. Im übrigen können nicht einmal die Beträge 3 % Skonto = Verkehrswert oder Einkaufspreis der Kaffeemaschine gleichgesetzt werden, weil der Barzahlungsrabatt von etwa DM 24,-- sich unter Umständen auf 80 Monate = fast 7 Jahre verteilen würde, die Aufwendung für die Kaffeemaschine aber von der Beklagten in einem Betrag bei der Lieferung aufgewendet werden muß.

c) Davon abgesehen verstößt eine solche Kopplung auch gegen § 1 UWG; denn es handelt sich, wie das Berufungsgericht zutreffend ausführt, hier um einen besonders krassen Fall eines verdeckten Kopplungsgeschäfts, weil der Kunde überhaupt keinen Anhalt für die Berechnung der Einzelpreise der gelieferten Gegenstände hat und es ihm daher nicht möglich ist, die Preiswürdigkeit der

angebotenen Ware mit der Ware der Mitbewerber zu vergleichen (vgl. BGH GRUR 1962, 415, 418 - Glockenpackung). Entgegen der Auffassung der Revision ist auch in diesem Zusammenhang der Skonto von 3 % keine Angabe, die dem Kunden eine Berechnungsgrundlage bietet, denn, wie bereits das Landgericht ausgeführt hat, ändert der Rabatt nicht den Kaufpreis, sondern ist eine Prämie für sofortige Barzahlung, darf daher auch im Streitfall nur immer in Höhe des Betrages der gelieferten Teilmenge gewährt werden und ist daher kein Anhalt für den Kunden, die Einzelpreise der Gegenstände danach zu berechnen.

3. Die Revision rügt ferner, das Berufungsgericht habe sich nicht mit dem Vorbringen der Beklagten auseinandergesetzt, wonach die Klägerin selbst in derselben Richtung werbliche Maßnahmen veranstalte wie die Beklagte. Ein Wettbewerber, der selbst gröbliche Wettbewerbsverstöße begehe, könne ein gleichartiges Verhalten eines anderen nicht verbieten.

Dem kann in dieser Allgemeinheit und insbesondere für den Streitfall nicht gefolgt werden. Eine Klage ist nicht deshalb ohne weiteres mißbräuchlich, weil der Kläger sich wettbewerbswidrig verhält (vgl. BGHZ 10, 203 - Dim-Europa; BGH GRUR 1957, 23 - Bündler-Glas). Die entgegengesetzte Auffassung würde dazu führen, unlautere Werbemaßnahmen nur deshalb bestehen zu lassen, weil mehrere Mitbewerber sich ihrer in gleicher Weise bedienen (RG GRUR 1944, 88, 89), und damit ein auch die Allgemeinheit berührendes, nach den gesetzlichen Vorschriften maßgebliches öffentliches Interesse außer Betracht zu lassen. Ausnahmsweise hat die Rechtsprechung den Einwand dann für beachtlich angesehen, wenn der Kläger sich

bei wechselseitiger Abhängigkeit der beiderseitigen unlauteren Wettbewerbsmaßnahmen mit seinem eigenen Handeln in Widerspruch setzen würde (BGH GRUR 1957, 23, 24 - Bündler-Glas). Ein solcher Ausnahmefall liegt im Streitfall nicht vor. Es mag unterstellt werden, daß im Kaffeehandel Zugaben und ähnliche Werbemaßnahmen beliebt sind und auch die Klägerin sich deren bedient; das gibt der Beklagten aber nur die Möglichkeit, die Klägerin ihrerseits auf Unterlassung in Anspruch zu nehmen. Der im Schrifttum weitergehenden Auffassung (vgl. Prölss, ZHR 132, 35, 73, 85) kann schon mit Rücksicht auf die dann in besonderem Maße gefährdete Ordnung des Wettbewerbs nicht gefolgt werden.

III. Das Berufungsgericht bejaht auch eine Schadensersatz- und Auskunftspflicht der Beklagten. Das Berufungsgericht führt dazu aus (BU 22/23), die Beklagte habe jedenfalls fahrlässig gegen das Zugabeverbot verstoßen (§ 2 Abs. 2 ZugabeVO). Es bestehe auch ein hoher Grad von Wahrscheinlichkeit dafür, daß der Klägerin durch den fortgesetzten Verstoß der Beklagten gegen das Zugabeverbot infolge Umsatzeinbußen ein Schaden entstanden sei.

Diese Ausführungen greift die Revision in erster Linie unter Hinweis auf das nach dem Vortrag der Beklagten wettbewerbswidrige Verhalten der Klägerin an. Schließlich ist die Revision der Auffassung, es fehle an jeder Fahrlässigkeit der Beklagten, denn die Beklagte habe sich anwaltlich beraten lassen, mit diesem Umstand habe sich das Berufungsgericht nicht auseinandergesetzt (vgl. BU 22/23).

1. In der Frage, ob der Beklagten ein fahrlässiges Verhalten zur Last zu legen sei, kommt das Berufungsgericht zu dem Ergebnis, die Beklagte sei sich selbst bewußt gewesen, durch die gekoppelte Abgabe von Kaffee und einer Kaffeemaschine bzw. einer Tischdecke in den Bereich des Zugabeverbots geraten zu sein. Ein Irrtum über die Erheblichkeit des Zusatzes in dem Bestätigungsformular ist nach der Ansicht des Berufungsgerichts wiederum als Fahrlässigkeit zu beurteilen. Diese Erwägungen sind aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Den Vortrag der Beklagten im ersten Rechtszug, ihr Hausanwalt habe aufgrund der von einem Spezialanwalt für Wettbewerbsrecht entwickelten Gedankengänge eine Bescheinigung neuer Art entworfen, hatte das Landgericht dahin beschieden, die Beklagte habe nicht behauptet und unter Beweis gestellt, daß sie die Einzelheiten der Vertragsgestaltung betreffend die Abgabe von Kaffeemaschinen und Tischdecken mit dem Spezialanwalt erörtert und insbesondere diesem die Formulare zur Begutachtung vorgelegt habe. In der Berufungsinstanz hat die Beklagte dann vortragen lassen, zusammen mit dem Hausanwalt habe eine Besprechung bei dem Spezialanwalt stattgefunden. Dann sei man heimgefahren. Sie, die Beklagte, habe die von ihr getroffene Handhabung vorgenommen. Diese sei dem Hausanwalt sicherlich bekannt geworden. Daraus, daß die Beklagte die Handhabung dann aufrechterhalten habe, sei zu folgern, daß der Hausanwalt keinen Einspruch erhoben habe. Nach diesem gegenüber der erstinstanzlichen Darstellung abgeänderten Sachvortrag hat die Beklagte aber gerade nicht die endgültige Gestaltung ihrer Werbemaßnahme durch einen Rechtsanwalt prüfen und ausdrücklich billigen lassen.

Das Berufungsgericht brauchte sich daher nicht mit der Frage auseinanderzusetzen, ob die Beklagte auch dann fahrlässig gehandelt haben würde, wenn ihr Hausanwalt die beabsichtigte Werbemaßnahme in der schließlich durchgeführten Form geprüft und gebilligt hätte.

2. Auch die Angriffe der Revision gegen die Feststellung der Wahrscheinlichkeit eines Schadens bei der Klägerin haben keinen Erfolg.

Der erkennende Senat hat in seinem Urteil vom 24. April 1970 (GRUR 1970, 563) dahin entschieden, daß, wenn beide Parteien im wesentlichen gleichzeitig, in gleicher Art und Weise und in gleichem Umfang gegen die Vorschriften des Rabattgesetzes verstoßen haben, regelmäßig keine Partei einen Schadensersatzanspruch gegen die andere auf diesen Tatbestand des Rabattverstoßes stützen kann. Maßgeblich ist dabei die Erwägung, daß der von der Beklagten durch den Rabattverstoß gegenüber einem lauterer Mitbewerber regelmäßig gewonnene Wettbewerbsvorsprung bei einem in gleicher Weise und in gleichem Umfang selbst unlauter handelnden Mitbewerber nicht ohne weiteres bejaht werden kann, entgegen der allgemeinen Regel die Entstehung eines Schadens daher nicht ohne weiteres wahrscheinlich ist.

Diese Erwägungen könnten im Streitfall nur Platz greifen, wenn die Werbung der Klägerin zumindest ebenfalls auf einer Großbestellung von Kaffee, lieferbar in Teilmengen über die Zeitdauer von mehreren Jahren aufgebaut wäre. Denn nur bei einer Gleichheit in diesem Umfang könnten auch die werblichen Folgen als etwa gleich behandelt werden. Gerade daran aber fehlt es. Die

von der Beklagten aufgeführten Werbemaßnahmen: Koppelung von Kaffee mit Pralinen, mit Behältern und Körben, haben in allen Fällen übliche Kaffeemengen von 1/4 oder 1/2 oder auch 1 kg als Grundlage. Es bedarf keiner Prüfung, ob diese Kaffeemengen in all diesen Fällen ohne Verstoß gegen die Zugabeverordnung oder gegen § 1 UWG mit anderen Gegenständen zusammen im Wege der Koppelung oder als Nebenware abgegeben werden dürfen. Das Grundprinzip beider werblicher Systeme ist so verschieden, daß es an der Vergleichbarkeit fehlt. Es läßt sich auch nicht sagen, die Menge der gekoppelten Ware oder der Nebenware sei bei einem Kauf von 20 oder 40 kg Kaffee ebenso groß wie im Falle der Beklagten. Denn es bleibt der maßgebliche Unterschied, daß die Beklagte durch die Kaffeemaschine die Kunden für eine Festbestellung von 40 kg Kaffee, durch die Tischdecke für eine solche von 20 kg wirbt, dergegenüber der Kauf von 40 einzelnen Kilo oder 80 einhalb Kilo Kaffee auch dann nicht gleichgesetzt werden könnte, wenn die Summe der Nebenwaren in diesen Fällen denselben Umfang hätte. Es kann bei dieser Sachlage offen bleiben, in welchem Umfang die räumliche und zeitliche Übereinstimmung bestehen müssen.

IV. Die Revision hat auch insoweit keinen Erfolg, als sie die Nichtzulassung der Widerklage als nicht sachdienlich angreift.

Die wesentlichen Gesichtspunkte sind bereits in anderem Zusammenhang behandelt worden. Da die Beklagte die Einwendung, auch die Klägerin verhalte sich wettbewerbswidrig, weder gegenüber dem Unterlassungsanspruch noch gegenüber dem Schadensersatzanspruch erhe-

ben kann, ist die Auffassung des Berufungsgerichts, die Sachverhalte, auf die die mit der Widerklage verfolgten Ansprüche gestützt werden, hätten mit dem bisherigen Streitstoff nichts zu tun, aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

V. Da das Berufungsurteil auch im übrigen keine Rechtsfehler zum Nachteil der Beklagten erkennen läßt, war die Revision mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Krüger-Nieland

Alff

Sprenkmann

Merkel

v. Gamm