

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 65/77

URTEIL

Verkündet am

16. Januar 1980
Schnurr,
Justizhauptsekretärin
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma O [REDACTED] C [REDACTED] I [REDACTED] GmbH, P [REDACTED]
Straße [REDACTED], E [REDACTED], vertreten durch ihre Geschäfts-
führerin, Frau Doreen M [REDACTED], L [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

1. Firma m [REDACTED] i [REDACTED] V [REDACTED] GmbH, vertreten durch den
Geschäftsführer Hans B [REDACTED],

2. Herrn Klaus B [REDACTED], G [REDACTED]-A [REDACTED]-Straße [REDACTED], D [REDACTED],

Beklagten und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 16. Januar 1980 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Zülch und Dr. Piper

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts zu Hamburg vom 31. März 1977 aufgehoben. Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 24, vom 2. Juli 1976 wird nach Maßgabe der nachfolgenden Neufassung dieses Urteils zurückgewiesen. Auf die Berufung der Klägerin wird das Urteil der Zivilkammer 24 im Kostenpunkt und insoweit abgeändert, als darin die Klage abgewiesen worden ist.

Das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 24, erhält folgende Fassung:

Die Beklagten werden verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes und für den Fall, daß dieses nicht beigetrieben werden kann, einer Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten (Ordnungsgeld im Einzelfall höchstens 500.000,- DM; Ordnungshaft insgesamt höchstens 2 Jahre) zu unterlassen, in dem von ihnen verlegten und redigierten Informationsdienst "markt intern" die folgenden Äußerungen abzudrucken,

- 3 -

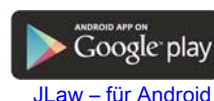
1. die C■■■■ Drogistin Maria L■■■■ habe einen empörten Bericht über die Geschäftstätigkeit des aus England importierten C■■■■-C■■■■ abgegeben, wonach sie den Schönheits-Set wegen Nichtgefallens zurückgesandt, ihr Geld jedoch trotz Abmahnung nicht zurückerhalten habe,
 2. in seiner prompten Antwort an "m■■■■ i■■■■" tags darauf habe der CCI weder etwas von Frau L■■■■ Set-Retoure noch von ihrer Abmahnung im Juni wissen wollen,
- und 3. an alle Drogerie/Parfümerie-Kollegen die Frage zu stellen, ob sie ähnliche Erfahrungen wie Frau L■■■■ mit dem C■■■■-C■■■■ gesammelt hätten oder ob ihnen ähnliche Fälle bekannt seien - die Ein- oder Mehrmaligkeit solcher Fälle sei für die Beurteilung der CCI-Politik äußerst wichtig.

Die Kosten des Rechtsstreit fallen den Beklagten zur Last.

Von Rechts wegen



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



Tatbestand

Die Klägerin, Tochtergesellschaft einer englischen Gesellschaft, befaßt sich mit dem Vertrieb von Kosmetika an Letztverbraucher. Sie beschreibt ihr Konzept dahin, daß sie sog. "Schönheits-Sets" vertreibt, die aus Proben von Kosmetika bekannter Hersteller bestehen, die jeweils nur einmal zu günstigem Preis versandt werden, um diese Mittel bekanntzumachen und Folgekäufe beim Fachhandel auszulösen. Ob dies tatsächlich der Bedarfsweckung und damit der Anregung von Folgekäufen beim Fachhandel oder aber - am Fachhandel vorbei - der Bedarfsdeckung bei den Verbraucherinnen im Wege des Versandhandels (so die Beklagten) dient, ist zwischen den Parteien streitig. Die Beklagte zu 1) verlegt den Brancheninformationsdienst "markt intern", der sich unter anderem an den Drogerie- und Parfümeriefachhandel wendet.

In der Ausgabe D 47 vom 20. November 1975 von "m[REDACTED] i[REDACTED]" veröffentlichte die Beklagte zu 1) einen Beitrag des Beklagten zu 2) mit folgendem Inhalt, den die Klägerin als rufschädigend und wettbewerbswidrig beanstandet (Unterstreichungen im Original):

"Habe beim C[REDACTED]-C[REDACTED] I[REDACTED] das
Schönheits-Set ...
... von April bestellt und bezahlt, aber wegen
Nichtgefallen nach wenigen Tagen zurückgesandt.
Obwohl auf dem Bestellcoupon klar und deutlich
geschrieben steht, daß ich bei Nichtgefallen
berechtigt bin, das Set zurückzusenden und mir
Erstattung zugesichert wird, habe ich bis heute
keinen Pfennig wiedergesehen. Auch auf meine Ab-
mahnung vom 18. Juni mit Fristsetzung 26. Juni
erfolgte keine Reaktion.

So der empörte Bericht der C [REDACTED] Drogistin Maria L [REDACTED] über die Geschäftstätigkeit des aus England importierten C [REDACTED]-C [REDACTED].

Unser Telex vom 4. November an CCI-Geschäftsführerin Doreen M [REDACTED]: 'Handelt es sich hier um eine Einzelpanne, oder gehört dieses Verhalten zu Ihrer offiziellen Politik?'

In seiner prompten Antwort tags drauf will der CCI weder etwas von Frau L [REDACTED] Set-Retoure noch von ihrer Abmahnung im Juni wissen. Er verspricht aber eine sofortige Untersuchung des Falles sowie eine klärende Kontaktaufnahme mit der Drogistin in C [REDACTED].

Unabhängig von dieser vorläufigen Antwort aus E [REDACTED] unsere Frage an alle Drogerie Parfümerie-Kollegen: "Haben Sie ähnliche Erfahrungen wie Frau L [REDACTED] mit dem C [REDACTED]-C [REDACTED] gesammelt? Oder sind Ihnen ähnliche Fälle bekannt? Die Ein- oder Mehrmaligkeit solcher Fälle ist für die Beurteilung der CCI-Politik äußerst wichtig."

Die Klägerin hat behauptet, der beanstandete Artikel erwecke durch Auslassung von Tatsachen sowie durch die Zielrichtung der Formulierung den Eindruck, als nehme sie zurückgesandte Schönheits-Sets entgegen, ohne ihrer Verpflichtung zur Erstattung des Kaufpreises nachzukommen, als gehöre dies zu ihrer Geschäftspolitik. Weitere Einzelheiten des Falles, die das Bild völlig veränderten, seien nicht mitgeteilt worden. Durch die Formulierung "will der CCI ... wissen" werde zudem unterstellt, daß sie möglicherweise nicht die Wahrheit sage. Schließlich werde auch mit der

an "alle Drogerie/Parfümerie-Kollegen" gerichteten Frage, ob sie ähnliche Erfahrungen mit dem C- C gesammelt hätten, der Eindruck erweckt, daß unlauteres Geschäftsgebaren möglicherweise zu ihrer offiziellen Geschäftspolitik gehöre.

Der von den Beklagten erweckte Eindruck entspreche jedoch nicht den Tatsachen. Es gehöre zu ihrer Geschäftspolitik, auf Beschwerden von Mitgliedern prompt zu reagieren. Sämtliche entdeckten Irrtümer würden sofort korrigiert. Überdies erscheine es angesichts ihres Umsatzes geradezu lächerlich, daß sie darauf aus sein solle, gelegentlich trotz Verpflichtung zur Rückzahlung einen Betrag von 9,95 DM einzubehalten. Es ergebe sich die Vermutung, daß der Absender der Retoure im Falle Lüchau nicht identifizierbar und demgemäß eine Rückzahlung nicht möglich gewesen sei.

Die Äußerungen der Beklagten seien in erster Linie nach § 1 UWG zu beurteilen, weil zwischen den Parteien ein Wettbewerbsverhältnis bestehe. "m i" verstehe sich offensichtlich als Repräsentant des Drogeriefachhandels und wolle offenbar sowohl seine eigenen als auch die geschäftlichen Interessen der angesprochenen Fachhändler fördern. "m i" habe sich bereits früher durch herabsetzende Äußerungen über die Klägerin hervorgetan.

Die Klägerin hat beantragt,

den Beklagten unter Androhung von Ordnungsgeld und Ordnungshaft zu verbieten, in dem von ihnen verlegten und redigierten Informationsdienst "m i" die folgenden Äußerungen abzu-
drucken:

1. Die C[REDACTED] Drogistin Maria L[REDACTED] habe einen empörten Bericht über die Geschäftstätigkeit des aus England importierten C[REDACTED]-C[REDACTED] abgegeben, wonach sie den Schönheits-Set wegen Nichtgefallens zurückgesandt, ihr Geld jedoch trotz Abmahnung nicht zurückerhalten habe, ohne gleichzeitig zu berichten, daß der C[REDACTED]-C[REDACTED] I[REDACTED] Frau L[REDACTED] umgehend einen vorbereiteten Nachforschungsantrag für die Post zugesandt und ihr zugesichert hat, die entstehenden Auslagen zu ersetzen;
2. in seiner prompten Antwort an "m[REDACTED] i[REDACTED]" tags darauf wolle der CCI weder etwas von Frau L[REDACTED]'s Set-Retoure noch von ihrer Abmahnung im Juni wissen, ohne gleichzeitig klarzustellen, daß damit kein Zweifel an der Richtigkeit der Darstellung von CCI ausgedrückt werden soll;
3. an alle Drogerie/Parfümerie-Kollegen die Frage zu stellen, ob sie ähnliche Erfahrungen wie Frau L[REDACTED] (siehe Klageantrag zu 1) mit dem C[REDACTED]-C[REDACTED] gesammelt hätten oder ob ihnen ähnliche Fälle bekannt seien - die Ein- oder Mehrmaligkeit solcher Fälle sei für die Beurteilung der CCI-Politik äußerst wichtig - , ohne gleichzeitig klarzustellen, daß damit nicht angedeutet werden solle, es könne zur offiziellen Geschäftspolitik von CCI gehören, Leistungen zu vereinnahmen, ohne gleichzeitig die geschuldete Gegenleistung zu erbringen.

Die Beklagten haben die Anträge zu 2 und 3 als nicht bestimmt genug im Sinne des § 253 ZPO gerügt. Alle Anträge seien auch sachlich unbegründet. Ansprüche nach dem UWG bestünden nicht, weil es an einem Wettbewerbsverhältnis zwischen den Parteien fehle, sie, die Beklagten auch nicht fremden Wettbewerb förderten. Ihr einziges Ziel sei es, die Branche zu informieren. Im übrigen sei die beanstandete Veröffentlichung nicht geeignet gewesen, Betrieb oder Kredit der Klägerin zu schädigen. Mit der Formulierung "will nichts wissen" (Antrag 2) hätten sie keine Zweifel an der Richtigkeit der Antwort der Klägerin ausdrücken wollen; sie hätten lediglich die Behauptung der Klägerin wiedergegeben. Mit der zum Gegenstand des Antrags 3 gemachten Äußerung hätten sie lediglich eine Frage gestellt, an deren Zulässigkeit kein Zweifel bestehe. Es sei für die Beurteilung der Geschäftspolitik der Klägerin von großer Wichtigkeit gewesen zu erfahren, ob derartige Beschwerden wie die der Frau Lüchau mit großer Häufigkeit zu verzeichnen gewesen seien. Schließlich seien Ansprüche aus § 1 UWG auch mangels Sittenwidrigkeit der angegriffenen Berichterstattung nicht gegeben; ebenso schieden Ansprüche gemäß §§ 823, 824 BGB aus.

Das Landgericht hat unter Abweisung der Klage im übrigen die Beklagten gemäß Klageantrag zu 2 und 3 verurteilt. Dagegen haben beide Parteien Berufung eingelegt, mit der sie ihre Anträge auf Klagabweisung bzw. auf Verurteilung auch hinsichtlich Klageantrag 1 weiterverfolgt haben. Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Klägerin zurückgewiesen und auf die Anschlußberufung der Beklagten das Landgerichtsurteil abgeändert und die Klage in vollem Umfang abgewiesen. Dagegen richtet sich die Revision der Klägerin, mit der diese ihre Klageanträge in vollem Umfang weiterverfolgt. Die Beklagten beantragen, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus, die §§ 1 und 14 UWG seien schon deshalb nicht anwendbar, weil die Beklagten nicht zu Zwecken des Wettbewerbs, sondern zur Information ihrer Leser gehandelt hätten. Sie hätten den beanstandeten Artikel auch nicht in der Absicht gebracht, den Wettbewerb der Drogerien und Parfümerien zum Nachteil der Klägerin zu fördern. Der Artikel wende sich an die Inhaber von Drogerien und Parfümerien, nicht dagegen an gemeinsame potentielle Kunden der Drogerien und der Klägerin. Es würde den Marktbeteiligten eine Information über die Klägerin dahin gegeben, daß diese ein mit einer ihrer Kundinnen angebahntes Geschäft nicht einwandfrei abgewickelt habe. Es möge sein, daß die fragliche Nummer von "m... i..." auch in die Hände von Verbrauchern gelange. Daraus folge jedoch noch nicht, daß die Beklagten den Artikel zwecks Förderung des Wettbewerbs zum Nachteil der Klägerin gebracht hätten.

Das Unterlassungsbegehren der Klägerin sei auch nicht unter dem Gesichtspunkt der Geschäftsverletzung begründet. Unterlassungsansprüche aus §§ 824 bzw. 823 Abs. 2 BGB i.V.m. § 186 StGB oder aus § 823 Abs. 1 BGB unter dem Gesichtspunkt des Eingriffs in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb müßten daran scheitern, daß die in den beanstandeten Artikeln über die Klägerin aufgestellten Behauptungen nicht der Wahrheit widersprächen. Die Mitteilung, die Gegenstand des Klageantrags 1 sei, treffe zu.

Die Aufstellung der vom Antrag 1 erfaßten Behauptung sei auch nicht rechtswidrig, weil die Beklagten ihrer journalistischen Sorgfaltspflicht genügt hätten. Nachdem den Beklagten der Bericht der Frau Lüchau zugegangen sei, hätten

sie die Klägerin zur Stellungnahme aufgefordert. Deren Antwort habe ihnen nur zu der Einschränkung Anlaß gegeben, daß die Klägerin den Sachverhalt leugne. Diese Einschränkung hätten sie mit der vom Antrag 2 erfaßten Behauptung vorgenommen. Im übrigen fehle es hinsichtlich der vom Antrag 1 erfaßten Behauptung auch an der Wiederholungsgefahr.

Auch bezüglich der vom Antrag 2 erfaßten Mitteilung stehe der Klägerin kein Unterlassungsanspruch zu. Die Formulierung "will der CCI weder etwas von Frau L. Set-Retoure noch von ihrer Abmahnung im Juni wissen" sei nicht zu beanstanden. Die Formulierung bringe allerdings zum Ausdruck, daß die Beklagten selbst Bedenken gegen die Richtigkeit dieser Mitteilung hätten. Diese Wendung habe jedoch nach dem Sprachgebrauch auch einen anderen Sinn. Sie werde vielfach in Berichten über strafbare Handlungen in dem Sinne gebraucht, daß für den Berichterstatter die ihm gemachten Angaben nicht nachprüfbar seien. In diesem Sinne hätten auch die Leser des Artikels diese Wendung verstanden.

Auch der Antrag zu 3 sei unbegründet. Die an alle Drogerie- Parfümerie-Kollegen gerichtete Frage, ob sie ähnliche Erfahrungen wie Frau L. mit dem C-C gesammelt hätten oder ob ihnen ähnliche Fälle bekannt seien und der Zusatz, die Ein- oder Mehrmaligkeit solcher Fälle sei für die Beurteilung der CCI-Politik äußerst wichtig, enthalte nicht die Aufstellung von Tatsachenbehauptungen, auch nicht in versteckter Form. Die Frage, ob es sich um einen einmaligen Fall oder einen solchen einer Serie ähnlicher Fälle handle, werde gerade durch den genannten Zusatz offen gelassen. Allerdings hätten die Beklagten ihrer Meinung damit Ausdruck gegeben, daß sie es für möglich hielten, daß mehrere Fälle der ge-

nannten Art im Geschäftsbetrieb der Klägerin vorgekommen seien. Damit hätten sie jedoch nur ein Werturteil dahingehend abgegeben, daß die Klägerin einer solchen Handlung fähig sei.

II. Die dagegen gerichtete Revision hat Erfolg und führt zur Verurteilung der Beklagten auf der Grundlage des § 1 UWG.

Zu Recht rügt die Revision, daß das Berufungsgericht die beanstandeten Äußerungen nicht als Handlungen zu Zwecken des Wettbewerbs im Sinne des § 1 UWG beurteilt hat. Dem steht nicht entgegen, wovon auch das Berufungsgericht ausgegangen ist, daß zwischen den Parteien selbst - Verleger und Cosmeticvertrieb - kein Wettbewerbsverhältnis besteht. Es genügt die Feststellung, daß der Handelnde fremden Wettbewerb zum Nachteil eines Mitbewerbers fördert (BGHZ 3, 270, 277 - Constanze I). Dafür reicht es in objektiver Hinsicht aus, daß durch das zu beurteilende Verhalten die Stellung eines Gewerbetreibenden im Wettbewerb irgendwie zu Lasten eines Mitbewerbers gefördert wird, und es ist subjektiv erforderlich, daß dies auch in der Absicht erfolgt, den fremden Wettbewerb zu fördern (st. Rspr. vgl. die Nachweise bei Baumbach/Hefermehl, 12. Aufl., UWG Einl. Anm. 224, 225). Das Berufungsgericht geht davon aus, daß die Äußerungen objektiv zur Förderung des Wettbewerbs des Drogistenfachhandels geeignet sei.

Soweit das Berufungsgericht zu dem Ergebnis gelangt, den Beklagten habe es an der Absicht gefehlt, den Wettbewerb des Fachhandels zu Lasten der Klägerin zu fördern, hält das Urteil der rechtlichen Nachprüfung nicht stand. Das Berufungsgericht unterstellt dabei sogar zu Lasten der Beklagten, daß diese damit gerechnet hätten, daß die fragliche

Nummer der Zeitschrift in die Hände von Verbrauchern gelange. Wenn es bei dieser Sachlage gleichwohl eine Wettbewerbsförderungsabsicht mit der - einzigen - Begründung verneint, es habe sich um eine Information gehandelt, die sich lediglich an den Fachhandel und nicht an gemeinsame potentielle Kunden des Fachhandels und der Klägerin gerichtet habe, so hat es entgegen § 286 ZPO die Gesamtumstände nicht hinreichend berücksichtigt und den Sachvortrag nicht ausgeschöpft.

Unstreitig, und durch die Berichte in den genannten früheren Nummern der Zeitschrift "m... i..." belegt, bestanden im Fachhandel starke Vorbehalte gegen die Vertriebsmethode der Klägerin, die als ein verschleiertes Eindringen eines Versandhandelsunternehmens in den Vertrieb von solchen Kosmetika betrachtet wurde, die bis dahin ausschließlich oder vorwiegend über den Fachhandel abgesetzt wurden. Die Beklagten hatten darüber mehrfach kritisch berichtet, dem Fachhandel und der Industrie Zurückhaltung empfohlen und sich in entschiedener Form zum Anwalt des Fachhandels gemacht. So heißt es z.B. in der Ausgabe vom 20. September 1974 unter anderem:

... Doch auch bei diesen vorschnell eingestiegenen Firmen breitet sich bereits Unsicherheit und Katzenjammer aus:

"Ist das Werbe-Argument wirklich stärker als der Imageverlust und die Fachhandels-Verärgerung? Solange die Club-Entwicklung nicht eindeutig geklärt ist, mit Sicherheit nicht! Wir verstehen nicht, weshalb die Industrie weder den Partner Fachhandel konsultiert noch die Club-Entwicklung abgewartet hat. Denn schon im April hatten wir vor dem Bazillus-Im-

port gewarnt: "Solange die Giftstoffe im Konzept nicht 100 %ig ausgefiltert sind: Hände weg!" Wer sich jetzt die Finger verbrennt, ist selbst schuld. Der Fachhandel jedenfalls spendet keinen Heile-Heile-Segen."

In der Ausgabe vom 18. Oktober 1974 heißt es mit Bezug auf die Klägerin:

... Wir sagten nicht nur die geringe Gegenliebe beim deutschen Fachhandel voraus, sondern zeigten auch die faulen Stellen dieses ominösen Werbe-Versandgeschäftes auf. Einige Kosmetik-Hersteller wollten nicht hören. Jetzt sitzen sie schon beim ersten Set in der Tinte. Denn: B-C-I- operiert nachweislich mit falschen Daten und Versprechungen ...".

Schließlich wird in der Ausgabe D 44/IV vom 29. Oktober 1975 als zutreffend aus einem prozessualen Schriftsatz der Klägerin vom 13. Februar 1975 zitiert:

"Die von m i geführte Kampagne ... hat Erfolg gehabt. Vertreter der Industrie ... haben über empörte Reaktionen von Fachhändlern, zu denen sie bislang ein gutes Verhältnis gehabt hatten, über die Beteiligung an den Sets der Klägerin berichtet. Vor allem aber zeigt eine Änderung im Verhalten der Industrie ..., daß die Boykott-Aufrufe nicht ohne Eindruck geblieben sind ..."

Am Schluß dieses Zitats hat die Beklagte zu 1 hinzugefügt:

"Das also der Club selbst zur Arbeit von
m. [REDACTED] i. [REDACTED]".

Das Berufungsgericht hätte bei Berücksichtigung dieses Prozeßstoffes zu dem Ergebnis kommen müssen, daß die Beklagte zu 1 sich in der Auseinandersetzung zwischen dem Fachhandel und der Klägerin nicht auf die bloße pressemäßige Information beschränkt, sondern sich die Interessen des Drogerie-Fachhandels zu eigen gemacht und zur Förderung der Interessen des Fachhandels - über eine wirtschaftspolitische Auseinandersetzung und bloße Berichterstattung hinausgehend - die redliche Geschäftsführung der Klägerin in Zweifel gezogen und den Fachhandel aufgerufen hat, ihm belastendes Material über die Klägerin zuzuleiten.

Das Berufungsgericht hätte deshalb, der Lebenserfahrung folgend, davon ausgehen müssen, daß die Beklagte zu 1 in der Absicht gehandelt hat, den Wettbewerb des Fachhandels gegenüber der Klägerin zu fördern. Es ist im Rahmen einer lediglich der Information dienenden Berichterstattung auch durchaus ungewöhnlich, aus einem einzigen Vorfall wie dem der Lieferung an die Zeugin L. [REDACTED], bei dem die Beklagte sogar eine "Einzelpanne" für möglich hält, sofort die polemische Frage abzuleiten und zu veröffentlichen, ob dieses Verhalten zur offiziellen Geschäftspolitik der Klägerin gehöre, zumal die Beklagte selbst den Fall noch als unaufgeklärt und die Antwort der Klägerin als vorläufige bezeichnet hatte. Als noch ungewöhnlicher und ebenfalls auf die Absicht eines Eingreifens in den Wettbewerb hindeutend hätte das Berufungsgericht die Aufforderung an die Leser würdigen müssen, negative Erfahrungen solcher Art der Zeitschrift mitzuteilen.

Das Berufungsgericht hat, von seinem Standpunkt aus folgerichtig, nicht geprüft, ob die übrigen Voraussetzungen des § 1 UWG gegeben sind. Einer Zurückverweisung der Sache bedarf es jedoch deshalb nicht, weil die tatsächlichen Feststellungen eine abschließende Entscheidung erlauben.

Die Beklagten haben mit der in den Klageanträgen 1 bis 3 beanstandeten Veröffentlichung gegen die guten Sitten im Sinne des § 1 UWG verstoßen. Dem steht nicht entgegen, daß die Meldung der Wahrheit entsprach, soweit es sich um die Wiedergabe der Tatsachen im Falle der Zeugin L. handelte (Klageantrag 1). Eine wahrheitsgemäße geschäftsschädigende Äußerung ist nicht schon deshalb stets vom Vorwurf der Wettbewerbswidrigkeit ausgenommen, weil sie wahr ist. Im Wettbewerb ist, weil es guten Sitten widerspricht, den Wettbewerb mit herabsetzenden Äußerungen über die Mitbewerber zu führen, eine solche Äußerung nur zulässig, wenn der Wettbewerber einen hinreichenden Anlaß dazu hat und sich die Kritik nach Art und Maß im Rahmen des Erforderlichen hält (vgl. BGH GRUR 1962, 45, 48 - Betonzusatzmittel). Im Streitfall bestand zur Zeit der Veröffentlichung kein hinreichender Anlaß, diesen Vorgang mitzuteilen. Die tatsächlichen Umstände waren noch nicht geklärt, die Klägerin hatte in ihrer Stellungnahme eine sofortige Untersuchung und klärende Kontaktaufnahme mit Frau L. zugesagt. Den Beklagten war bewußt, daß es weiterer Aufklärung bedurfte, ehe feststand, ob der Klägerin ein begründeter Vorwurf gemacht werden konnte. Denn sie haben die Stellungnahme der Klägerin selbst als eine vorläufige Antwort bezeichnet. Unter diesen Umständen hätten die Beklagten auch berücksichtigen müssen, daß die vorzeitige Veröffentlichung für die Klägerin geschäftsschädigend wirken mußte, weil sie den Fachhändlern ein gegenüber dem gemeinsamen Kunden-

kreis wirksames Argument gegen die Klägerin in die Hand gab, das selbst dann noch benutzt werden konnte, wenn sich herausgestellt haben würde, daß es sich etwa um eine vereinzelte Panne gehandelt hatte, die keinen Schluß auf die Geschäftspolitik der Klägerin zuließ. Bei Abwägung dieser Umstände bestand jedenfalls zur Zeit der Veröffentlichung kein hinreichender Anlaß zur Mitteilung dieses Einzelfalles. Ein solches Vorgehen ist auch im Wettbewerbsleben durchaus ungewöhnlich.

Soweit es sich um den Klageantrag 2 handelt, ist der Revision der Erfolg ebenfalls nicht zu versagen. Dies schon deshalb nicht, weil die Wendung "will der CCI weder etwas von Frau L. 's Set-Retoure noch von ihrer Abmahnung im Juni wissen" nur im Zusammenhang mit der wettbewerbswidrigen Mitteilung, die vom Klageantrag 1 erfaßt wird, beurteilt werden kann. Als bloße unselbständige Ergänzung unterliegt sie der gleichen rechtlichen Beurteilung. Dies um so mehr, als sie den ungünstigen Eindruck, der schon von der bloßen Mitteilung des Falles ausgehen mußte, noch zu verschärfen geeignet war. Wenn das Berufungsgericht ausführt, damit werde lediglich zum Ausdruck gebracht, daß für den Berichterstatter die ihm gemachten Angaben nicht nachprüfbar seien, so steht das im Widerspruch zu seiner vorangestellten Feststellung, daß die beanstandete Wendung zumindest erhebliche Bedenken gegen die Richtigkeit der Mitteilung zum Ausdruck bringe, mithin im Streitfall die Darstellung der Klägerin als wahrscheinlich unglaubwürdig hingestellt wird. Bei dieser Sachlage hätte das Berufungsgericht darlegen müssen, worauf seine vom allgemeinen Sprachverständnis abweichende Feststellung sich gründet. Daran fehlt es, so daß zumindest für einen nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise ein dem allgemeinen Sprachgebrauch entsprechendes Verständnis angenommen werden muß, das geeignet ist, die Klägerin zusätzlich in ein schlechtes Licht zu setzen.

Die Abweisung des Klageantrags zu 3 beruht auf der Erwägung des Berufungsgerichts, die an alle Drogerie/Parfümerie-Kollegen gerichtete Frage, ob sie ähnliche Erfahrungen wie Frau L. mit dem C-C gesammelt hätten oder ob ihnen ähnliche Fälle bekannt seien, was sehr wichtig sei für die Beurteilung der CCI-Politik, bringe zwar zum Ausdruck, daß die Beklagten es für möglich hielten, daß mehrere Fälle dieser Art vorgekommen seien, daß dies aber nur ein Werturteil darstelle, das als solches nicht beanstandet werden könne. Für die hier anzustellende Beurteilung auf der Grundlage des § 1 UWG kommt es jedoch nicht entscheidend darauf an, ob die Äußerung ein Werturteil oder eine Behauptung tatsächlicher Art darstellt. Denn auch durch Äußerung eines Werturteils kann eine nach § 1 UWG zu mißbilligende Einflußnahme auf die Wettbewerbslage erfolgen (vgl. BGH GRUR 1962, 47 - Betonzusatzmittel). Im Streitfall fehlte es jedenfalls an einem hinreichenden Anlaß für eine so weit reichende Verdächtigung. Ein solcher Einzelfall rechtfertigte es nicht, die Klägerin ohne weiteres einer betrügerischen Geschäftspolitik zu verdächtigen. Darüber hinaus widerspricht es den guten kaufmännischen Sitten, unter solchen Umständen bereits zur Einsendung belastenden Materials aufzurufen.

Da den Beklagten die Umstände, die den Vorwurf sittenwidrigen Handels begründen, bekannt waren, bestehen auch in subjektiver Hinsicht keine Bedenken gegen eine auf § 1 UWG gestützte Verurteilung. Soweit es sich um die Wiederholungsgefahr handelt, ist von dem in der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs anerkannten Satz auszugehen, daß bei Wettbewerbsverstößen eine tatsächliche Vermutung für das Vorliegen einer Wiederholungsgefahr besteht (vgl. BGHZ 14, 163, 171 - Constanze II). Das gilt auch für Presseveröffentlichungen, wenn - wie hier - nach dem Inhalt des behandelten Fragenkom-

plexes anzunehmen ist, daß mit der einmaligen Veröffentlichung die Erörterung noch nicht abgeschlossen ist (BGHZ 31, 318, 319 - Alte Herren; BGH NJW 1966, 647, 649 - Reichstagsbrand). Rechtserhebliche Anhaltspunkte, daß diese Gefahr beseitigt sei, haben die Beklagten nicht vorgetragen.

III. Die Beklagten waren danach in allen drei Klagepunkten zur Unterlassung zu verurteilen. Der Tenor war dabei jedoch auf die Beschreibung der konkreten Verletzungsform, in der dieser im Klageantrag gegebenen Form der indirekten Rede, zu beschränken unter Wegfall der jeweils mit den Worten "ohne gleichzeitig zu berichten" (bzw. "klarzustellen") beginnenden Teile der Klageanträge. Dabei handelt es sich lediglich um eine Klarstellung der Unterlassungspflicht, so daß eine Teilabweisung der Klage insoweit nicht geboten war.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

v. Gamm

Alff

Merkel

Zülch

Piper