

10

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 1

M e h r w e r t - F a h r t e n

Zur Frage der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit unentgeltlicher Kundentransporte zum Ausgleich von Standortnachteilen (Ergänzung zum Urteil vom 18. September 1970, NJW 1970, 2245 = GRUR 1971, 322 = WRP 70, 437 - Lichdi-Center).

BGH, Urt. v. 19. November 1971 - I ZR 69/70 - OLG Frankfurt/Main
LG Hanau

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 69/70

URTEIL

Verkündet am

19. November 1971
S p e n g l e r,
Justizangestellte

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma M [REDACTED] GmbH & Co. KG, D [REDACTED], vertreten
durch ihre persönlich haftende Gesellschafterin, die
M [REDACTED] GmbH, Ein- und Verkaufsgesellschaft H [REDACTED], diese
vertreten durch ihren Geschäftsführer, Diplom-Kaufmann
Hans D [REDACTED], K [REDACTED]-W [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

den Verein zur Wahrung des lautereren Wettbewerbs e. V.,
D [REDACTED], gesetzlich vertreten durch das geschäftsführende
Vorstandsmitglied T [REDACTED], D [REDACTED], K [REDACTED]allee 26,

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 19. November 1971 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Dr. Sprenkmann, Dr. Merkel, Dr. Schönberg und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Frankfurt (Main) vom 14. Mai 1970 im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als die Beklagte verurteilt worden ist. In diesem Umfang wird die Berufung gegen das Urteil der Kammer für Handels-sachen des Landgerichts Hanau vom 7. Oktober 1969 zurückgewiesen.

Von den Kosten der I. und II. Instanz hat der Kläger 9/10, die Beklagte 1/10 zu tragen. Die Kosten des Revisionsverfahrens fallen dem Kläger zur Last.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger ist eine rechtsfähige Vereinigung zur Bekämpfung von Wettbewerbsverstößen. Die Beklagte betreibt u. a. in D [REDACTED], einem Nachbarort H [REDACTED], ein sogenanntes Selbstbedienungswarenhaus, welches sich in 2 km Entfernung von dem Bahnhof D [REDACTED] und in



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



etwa 1 km Entfernung vom Ortszentrum D [REDACTED] am östlichen Ortsrande dieser Gemeinde auf einem freien Gelände befindet. Die nächste Haltestelle eines normalen Omnibuslinienverkehrs der Bundesbahn befindet sich etwa 800 m von der Verkaufsstätte der Beklagten entfernt.

Im Frühsommer 1968 hatte die Beklagte einen kostenlosen Omnibus-Zubringerdienst von H [REDACTED] (Schloß P [REDACTED]) im Anschluß an die öffentliche Haltestelle der Linie 1 zu ihrem Warenhaus eingerichtet. Das wurde ihr auf Antrag des (jetzigen) Klägers durch eine später im Widerspruchsverfahren aufgehobene einstweilige Verfügung des Landgerichts in H [REDACTED] verboten. Nach Erlaß dieses Verbots ging die Beklagte dazu über, für die gesamte Transportleistung ein Entgelt von 0,10 DM zu berechnen; das ist ihr ebenfalls untersagt worden. Daraufhin bemühte sie sich bei der Deutschen Bundesbahn um die Einrichtung einer regelmäßigen, nach einem Fahrplan bedienten Bahnbuslinie von H [REDACTED]/Freiheitsplatz (im Zentrum H [REDACTED]) über H [REDACTED]/Schloß P [REDACTED] nach ihrem Warenhaus. Diese sogenannte "Mehrwert-Linie" wurde von der Deutschen Bundesbahn auch eingerichtet; Hin- und Rückfahrt kosteten jeweils 0,80 DM, was einer Entfernung von 7 - 9 km entspricht. Der dem Benutzer der "Mehrwert-Linie" auf der Hinfahrt entstehende Fahrpreis in Höhe von 0,80 DM wurde ihm bei Einkäufen in der Verkaufsstätte der Beklagten an der Kasse gegen Vorlage des Fahrscheins erstattet. Auch dieses Vorgehen ist der Beklagten untersagt worden. Nunmehr hält die Beklagte die Bahnbuslinie in der Weise aufrecht, daß sie Interessenten von H [REDACTED] (Freiheitsplatz) über Schloß P [REDACTED] nach D [REDACTED] und zurück befördern läßt. Sie kommt für die Transportkosten auf. Die Busbenutzer zahlen nichts. Die Beklagte kündigte dies in ihren Werbeanzei-

gen in H[REDACTED] Zeitungen unter der Überschrift an: "Wir fahren zu MEHRWERT g r a t i s !". Darunter war der genaue Fahrplan abgedruckt mit der Empfehlung, ihn auszuschnneiden und aufzubewahren.

Der Kläger sieht in dem Verhalten der Beklagten einen Verstoß gegen die Bestimmungen der ZugabeVO und zugleich einen Verstoß gegen § 1 UWG aus dem Gesichtspunkt der unzulässigen Ausübung eines psychologischen Kaufzwangs und des Behinderungswettbewerbs.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung einer vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Geldstrafe bis zu unbegrenzter Höhe oder Haftstrafe bis zu sechs Monaten zu unterlassen, kostenlose Kunden-Beförderungen von H[REDACTED] zu ihrer Verkaufsstätte in D[REDACTED] und zurück anzukündigen und durchzuführen.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. In der Berufungsinstanz hat sich die Beklagte unter Übernahme einer Vertragsstrafe verpflichtet, es zu unterlassen, für ihre kostenlosen Fahrten von H[REDACTED] zu ihrem Geschäftsbetrieb mit den Worten "kostenlos" oder "gratis" zu werben. Insoweit haben die Parteien den Rechtsstreit in der Hauptsache für erledigt erklärt.

Die Klägerin hat nunmehr beantragt,

der Beklagten unter Strafandrohung zu verbieten, kostenlose Kundenbeförderung von Hanau zu ihrer Verkaufsstätte in D [REDACTED] [REDACTED] und zurück durchzuführen.

Das Berufungsgericht hat diesem Antrag stattgegeben. Mit ihrer Revision wendet sich die Beklagte gegen ihre Verurteilung. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat Zweifel geäußert, ob der für einen Zugabeverstoß erforderliche innere Zweckzusammenhang zwischen der unentgeltlichen Beförderung zur Verkaufsstätte der Beklagten und einem nachfolgenden Einkauf gewahrt sei. Es hat jedoch die Frage unentschieden gelassen, da die Klage aus § 1 UWG begründet sei. Die Beklagte habe durch die Gewährung der unentgeltlichen Beförderung den Rahmen des Leistungswettbewerbs verletzt und die Entschlüsse ihrer Besucher auf eine mit den guten kaufmännischen Sitten nicht zu vereinbarende Weise zu beeinflussen gesucht. Den nicht motorisierten Verbrauchern müsse zwar die Möglichkeit eröffnet werden, das vor der Stadt gelegene Warenhaus der Beklagten zu erreichen. Doch könne es nicht zugelassen werden, von überallher kostenlos die Kunden herbeizuschaffen, da dann die Gefahr einer Ausweitung und Verallgemeinerung bestehe. Maßstab des Zulässigen und wirtschaftspolitisch Erwünschten sei die Überwindung des - je nach dem Standort der Verkaufsstätte unterschiedlich zu beurteilenden -

Standortproblems. Danach sei hier die unentgeltliche Kundenbeförderung unzulässig, da im Vordergrund nicht die Überwindung des abgelegenen Standorts der Verkaufsstätte, sondern die Heranziehung von Kunden aus dem Zentrum von Hanau stehe. Der Verbraucher empfinde die kostenlose Beförderung als echte attraktive Beförderungsleistung und nicht als bloße Überwindung des Standortnachteils der Beklagten. Stehe aber für den Verbraucher diese Beförderungsleistung im Vordergrund, so liege auch ein psychologischer Kaufzwang vor. Im gleichen Maße werde der Leistungswettbewerb verfälscht, wenn der Kunde - einmal in die Vertriebsstätte der Beklagten gelangt - dort eine Vielzahl von Einkäufen tätige, da ihm durch die unentgeltliche Beförderung der Transport abgenommen werde, den er anderenfalls mit öffentlichen Verkehrsmitteln hätte durchführen müssen. Gerade der Umstand, daß die Beklagte die Fahrgelderstattung einer für die Hanauer Bevölkerung möglichst bequemen Bahnbuslinie vom Zentrum H. aus übernommen habe, bewaise ihre Absicht, die Kunden durch eine echte Transportleistung unsachlich zu beeinflussen. In einer Vielzahl von Fällen werde die Bequemlichkeit und die Kostenlosigkeit der Beförderung aus dem Zentrum H. den Ausschlag für einen Besuch und Einkauf in der Vertriebsstätte der Beklagten geben.

II. Der Bundesgerichtshof hat in seiner - nach dem Erlaß des Berufungsurteils ergangenen - Entscheidung vom 18. September 1970 (GRUR 71, 322 = NJW 70, 2245 = WRP 70, 437 - Lichdi-Center) zu der Frage Stellung genommen, unter welchen Voraussetzungen die Ankündigung oder Gewährung verbilligter Fahrtmöglichkeiten zu einem außerhalb des Geschäftszentrums liegenden Selbstbedienungswarenhaus weder gegen § 1 der ZugabeVO

noch gegen § 1 UWG verstößt. Er hat in dieser Entscheidung einen Zugabeverstoß abgelehnt, da das Berufungsgericht festgestellt hatte, daß nach dem hierfür maßgebenden Vorstellungsbild der Fahrtteilnehmer die verbilligte Fahrt nicht von einem späteren Einkauf in dem Selbstbedienungswarenhaus abhängig gewesen sei, auch wenn die Warenhausinhaberin einen solchen Einkauf erwartet habe. Im vorliegenden Rechtsstreit hat das Berufungsgericht festgestellt, daß die Beförderung der Fahrtinteressenten durch eine nach festem Fahrplan betriebene Bahnbuslinie erfolge, für deren Kosten die Beklagte in vollem Umfang aufkomme; jeder Fahrtinteressent werde unterschiedslos kostenlos hin- und zurückbefördert, auch wenn er nicht bei der Beklagten einkaufe. Damit scheidet hier ebenfalls ein Zugabeverstoß aus. Durch die Beförderung im öffentlichen Linienverkehr der Bundesbahn ist der Beklagten jede Einflußmöglichkeit auf die Fahrtteilnehmer und auf die Fahrtabwicklung verwehrt. Wie das Landgericht hierzu weiter festgestellt hat und in der Berufungsinstanz von der Klägerin nicht angegriffen worden ist, tritt die Beklagte weder während der Fahrt noch nach deren Beendigung mit den Fahrgästen in irgendeinen Kontakt; das geschieht erst, wenn der Kunde die Verkaufsfläche im Selbstbedienungswarenhaus der Beklagten verläßt und an der Kassenfront an einer der dort befindlichen Kassen bezahlt. Danach ist die Teilnahme an der unentgeltlichen Fahrt völlig unabhängig von einem etwaigen späteren Einkauf im Selbstbedienungswarenhaus der Beklagten; der Einkauf ist weder zur Voraussetzung für die unentgeltliche Beförderung gemacht worden noch sind Beförderung und Einkauf in ihrer tatsächlichen Abwicklung miteinander verknüpft. Bei der hier gegebenen Sachlage kann auch der Umstand, daß die unentgeltlich beförder-

ten Kunden in aller Regel anschließend im Selbstbedienungs-
warenhaus der Beklagten Einkäufe tätigen, kein Indiz dafür
sein, daß die kostenlose Beförderung im Hinblick auf diese
künftigen Geschäftsabschlüsse und nur unter der Vorausset-
zung solcher nachfolgenden Abschlüsse gewährt worden wäre.
Denn hier beruht die Häufigkeit solcher nachfolgenden Waren-
einkäufe darauf, daß sich am Fahrtziel allein das Unterneh-
men der Beklagten auf einem im übrigen freien Gelände be-
findet, ein Interessent also von vornherein nur dann von
der ihm gebotenen Fahrtmöglichkeit Gebrauch macht, wenn
er einen Wareneinkauf bei der Beklagten beabsichtigt oder
zumindest deren Warenangebot prüfen und besichtigen will.
Dadurch wird aber die Gewährung der Fahrtmöglichkeit
noch nicht von dem späteren Einkauf abhängig, sondern
bildet lediglich die Voraussetzung dafür, daß das Selbst-
bedienungswarenhaus der Beklagten dem Publikum, das über
keine eigenen Beförderungsmittel verfügt, überhaupt erst
zugänglich wird. Daß die Beklagte entsprechende Einkäufe
der unentgeltlich beförderten Fahrgäste erwartet, begrün-
det für sich allein noch nicht die notwendige zugaberecht-
liche Abhängigkeit von Zuwendung und Hauptrechtsgeschäft
(BGH GRUR 71, 322 - Lichdi-Center).

III. Das Berufungsgericht hat die kostenlose Kunden-
beförderung durch die Beklagte in hierfür angemieteten
Bahnbusen vom Stadtzentrum H■■■■, Freiheitsplatz, zu
ihrer Vertriebsstätte in D■■■■ und zurück als wett-
bewerbswidrig mißbilligt (§ 1 UWG). Der gegen diese Be-
urteilung gerichteten Revision kann der Erfolg nicht
versagt bleiben.

Der Bundesgerichtshof hat es in seiner Entscheidung
vom 18. September 1970 (aa0) für das Vorliegen eines
wettbewerbswidrigen psychologischen Kaufzwangs durch

eine (damals verbilligte) Kundenbeförderung darauf abgestellt, ob sich diese Kundenbeförderung als ein außerhalb sachlicher Rechtfertigung liegendes Mittel darstellt, das durch seinen eigenen Wert den Kunden zugunsten des Verkaufsangebots selbst beeinflussen soll. Er hat bei der damaligen Fallgestaltung die Entscheidung des Berufungsgerichts gebilligt, die das Vorliegen eines psychologischen Kaufzwangs verneint hatte. Entscheidend war hierfür, daß nach den Feststellungen des Berufungsgerichts die (verbilligte) Kundenbeförderung zum Ausgleich des Standortnachteils der damaligen Beklagten erforderlich war, ferner beim durchschnittlichen Fahrtteilnehmer - auf Grund der Art und Weise der Abwicklung und Durchführung von Beförderung und Einkauf unter Wahrung der Anonymität der Teilnehmer und ihrer Unabhängigkeit - kein Gefühl der Verpflichtung zu einem Einkauf bei der Beklagten entstehen konnte, weiter die Kunden in der (verbilligten) Beförderung keinen besonderen Vorteil, sondern nur einen angemessenen Ausgleich für die aufgewandte Zeit und Mühe gesehen hatten und schließlich weil den Kunden erkennbar war, daß der Beklagten keine zusätzlichen besonderen Unkosten entstanden, wenn sie von der zu festen Abfahrtszeiten gebotenen Fahrtmöglichkeit Gebrauch machten.

In dem nunmehr zur Beurteilung stehenden Fall erfolgt nach den Feststellungen des Berufungsgerichts die Fahrt im öffentlichen Linienbusverkehr der Bundesbahn, die Beklagte hat keinen Einfluß auf die Fahrtabwicklung; ferner bleibt der einzelne Fahrtteilnehmer anonym, wie bereits das Landgericht festgestellt hat und vom Kläger in der Berufungsinstanz nicht angegriffen worden ist. Aufgrund des Einsatzes von angemieteten

Bahnbusen mit festem Fahrplan im Linienverkehr wissen die Fahrtteilnehmer, daß der Beklagten keine zusätzlichen Unkosten entstehen, wenn sie von der gebotenen Fahrtmöglichkeit Gebrauch machen. Das hat das Berufungsgericht auch nicht verkannt. Es hat gleichwohl eine Wettbewerbswidrigkeit darin gesehen, daß die Beklagte sich nicht auf eine Überwindung ihrer Standortnachteile beschränkt habe, sondern es durch eine als solche attraktive, echte Beförderungs- und Transportleistung auf ein Heranziehen von Kunden aus dem Zentrum von H [REDACTED] abgestellt habe. Dem kann nicht gefolgt werden.

Das Berufungsgericht ist zutreffend davon ausgegangen, daß für die Beklagte ein anzuerkennendes Bedürfnis besteht, ihre Standortnachteile durch geeignete Mittel auszugleichen. Denn nach den Feststellungen des Berufungsgerichts befindet sich die Vertriebsstätte der Beklagten außerhalb von H [REDACTED], 2 km entfernt vom Bahnhof D [REDACTED] und 800 m entfernt von der normalen Bahnbus-Haltestelle, so daß sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht unmittelbar zu erreichen ist. Bei dieser Verkehrssituation kann es der Beklagten aus wettbewerbsrechtlichen Gründen nicht verwehrt werden, ihre Standortnachteile durch geeignete und hinreichende Maßnahmen auszugleichen. Nach Auffassung des Berufungsgerichts liegt jedoch das wettbewerbswidrige Verhalten der Beklagten darin, daß diese sich nicht mit dem an sich notwendigen und sachlich gerechtfertigten Ausgleich ihrer Standortnachteile begnügt habe, sondern darüber hinausgegangen sei und durch die Bereitstellung einer kostenlosen Beförderungsmöglichkeit unmittelbar aus dem Zentrum von H [REDACTED] dem Publikum eine außerhalb sachlicher Rechtfertigung liegende Beförderungs- und Transportmöglichkeit zur Verfügung stelle, die durch ihren eigenen Wert das Publikum zugunsten des Warenange-

bots der Beklagten beeinflusse. Diese Beurteilung ist nicht frei von Rechtsfehlern.

Das auch vom Berufungsgericht mit Recht anerkannte Bedürfnis der Beklagten, ihren ohne öffentliche Verkehrsverbindung außerhalb von H. gelegenen Geschäftsbetrieb durch die Beschaffung geeigneter Verkehrsmittel auch den nicht motorisierten Publikumskreisen zugänglich zu machen, kann zwar keine Rechtfertigung dafür bieten, die kostenlose Kundenbeförderung auf einen weiten räumlichen Bereich mit dem Ziel einer Heranziehung weitester Kundenkreise auszudehnen. Die Annahme des Berufungsgerichts, daß die Beklagte es mit der von ihr unterhaltenen Bahnbuslinie auf eine solche wettbewerbswidrige "Kundenherbeischaffung von überallher" abstelle, findet in seinen tatsächlichen Feststellungen keine ausreichende Grundlage. Das Berufungsgericht stützt sich insoweit allein auf den Einsatz der Bahnbuslinie im Stadtzentrum von H. und die dadurch für etwaige Interessenten gebotene Bequemlichkeit. Damit hat das Berufungsgericht jedoch übersehen, daß der notwendige Standortausgleich auch in einer gewissen Relation zu dem Kundeneinzugsbereich zu sehen ist, der zur Gewährleistung der Lebensfähigkeit und Wirtschaftlichkeit des durch seinen Standort benachteiligten Unternehmens erforderlich ist. Das kann bei einer besonders nachteiligen Lage einer - wie hier - auf der "grünen Wiese" errichteten Verkaufsstätte im Einzelfall zur Zubilligung eines größeren räumlichen Bereichs für die Bereitstellung geeigneter Verkehrsmittel führen. Dabei ist die dem Interessenten durch das Verkehrsmittel gebotene Bequemlichkeit kein entscheidendes Abgrenzungskriterium, wenn dadurch erst der Zugang zu der Verkaufsstätte eröffnet wird. Die notwendige Abgrenzung ergibt sich vielmehr erst aus

der - für die Anwendung des § 1 UWG stets vorausgesetzten - Abwägung der Interessen der Beteiligten, hier also einerseits dem Interesse der Beklagten an einem Ausgleich ihrer Standortnachteile gegenüber den im Stadtzentrum und in erreichbarer Nähe gelegenen Unternehmen, andererseits den berechtigten Interessen der Mitbewerber, nicht durch das Angebot unentgeltlicher Beförderungsleistungen von einem eigenständigen Wert ihre Kunden zu verlieren und schließlich auch den Interessen der Allgemeinheit, einen ausreichenden Zugang zu allen Warenangeboten zu erhalten, ohne daß dadurch eine allgemeinschädliche Wettbewerbsübersteigerung eintritt. Soweit das Berufungsgericht auf diese Fragen eingegangen ist, hat es die Beförderungsleistung der Beklagten überbewertet und ihr rechtsirrig einen eigenständigen, als solchen attraktiven Wert beigemessen. Hierfür besteht jedoch nach den tatsächlichen Feststellungen des Berufungsgerichts keine Grundlage. Wie das Berufungsgericht festgestellt hat, befindet sich am Fahrtziel der auf Kosten der Beklagten unterhaltenen Bahnbuslinie auf im übrigen freiem Gelände einzig und allein die Verkaufsstätte der Beklagten; ein sonstiges, das Publikum interessierendes Ziel, sei es auch nur eine Ausflugsmöglichkeit, ist dort nicht vorhanden. Bei diesem Sachverhalt widerspricht es der allgemeinen Lebenserfahrung, der gebotenen kostenlosen Fahrt zur Verkaufsstätte der Beklagten einen besonderen Eigenwert zuzumessen, der über die reine Beförderung zu dieser Verkaufsstätte hinausgeht. Ein solcher Eigenwert kann nach den obigen Darlegungen auch nicht in der dadurch gebotenen Bequemlichkeit gesehen werden, daß die Fahrtinteressenten unmittelbar vom Stadtzentrum aus ohne Umsteigen von einem anderen öffentlichen Verkehrsmittel unmittelbar zur Verkaufsstätte der Beklagten gelangen können. Das Berufungsgericht hat keine Besonder-

heiten in der Wettbewerbslage feststellen können, die die Beklagte zu einer Einschränkung der von ihr unterhaltenen Bahnbuslinie veranlassen müßte; vielmehr hat das Berufungsgericht die Notwendigkeit eines solchen Verkehrsmittels zum Ausgleich der Standortnachteile der Beklagten anerkannt. Da aber der kostenlosen Beförderung als solcher hier kein selbständiger Eigenwert zukommt, kann allein in dem Umstand, daß die Bahnbuslinie bis in das Stadtzentrum von H■■■■ geführt wird, keine unlautere Kundenbeeinflussung liegen.

IV. Bei diesem Sachverhalt kann die unentgeltliche Kundenbeförderung, wie sie hier von der Beklagten durchgeführt wird, auch nicht deshalb als unlauter beanstandet werden, weil sie den Keim zu einem immer weiteren Umsichgreifen in sich trage und damit zu einer Verwilderung der Wettbewerbssitten führe (vgl. zu diesem Gesichtspunkt: BGHZ 54, 188, 192 - Fernsprechwerbung; 43, 278, 282, 283 - Kleenex). Eine solche Nachahmungsgefahr kann zwar bei der unentgeltlichen Kundenbeförderung bestehen, wie schon allein die zahlreichen Fälle zeigen, die zu einer Entscheidung durch die Gerichte geführt haben (vgl. BGH GRUR 71, 322 - Lichdi-Center mit Nachw.). Diese Nachahmungsgefahr läßt jedoch keine ernstliche Beeinträchtigung des Leistungswettbewerbs befürchten, wenn sich die kostenlose Kundenbeförderung in den engen Grenzen eines notwendigen Ausgleichs von Standortnachteilen hält (vgl. BGH GRUR 71, 322, 323 - Lichdi-Center).

V. Das Berufungsurteil konnte danach keinen Bestand haben, soweit es auf die Berufung des Klägers der Klage stattgegeben hat. Das die Klage abweisende Urteil des Landgerichts war in diesem Umfang wiederherzustellen und die Berufung des Klägers zurückzuweisen. Aufgrund der

teilweisen Hauptsacheerledigung hat die Beklagte 1/10 der Kosten der I. und II. Instanz, der Kläger 9/10 zu tragen. Die Kosten des Revisionsverfahrens fallen dem Kläger nach § 97 Abs. 1 ZPO in vollem Umfang zur Last.

Krüger-Nieland

Sprenkman

Merkel

Schönberg

v. Gamm