

Nachschlagewerk: ja
Amtliche Sammlung: nein

UWG § 1

Zur Frage der wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit
von Preisvergleichen in Mitteilungen einer Konsum-
genossenschaft an ihre Mitglieder.

BGH, Urt. v. 26. Juni 1959 - I ZR 81/58 OLG Oldenburg

I ZR 81/58

Verkündet am 26. Juni 1959
Grunau, Justizobersekretär als
Urkundsbeamter der Geschäftsstelle

I m N a m e n d e s V o l k e s

In dem rechtsstreit

der Konsumgenossenschaft B [REDACTED]-L [REDACTED] eGmbH., vertreten
durch den Vorstand, die Geschäftsführer La [REDACTED] und Bä [REDACTED]
B [REDACTED] i.W., G [REDACTED] str. [REDACTED],

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED]

g e g e n

den Einzelhandelsverband für den Regierungsbezirk O [REDACTED]
e.V., vertreten durch die Vorstandsmitglieder:

1. Kaufmann A. E [REDACTED], O [REDACTED], Sch [REDACTED] str. [REDACTED]
2. Paul Bü [REDACTED], O [REDACTED], H [REDACTED] str. [REDACTED]

diese vertreten durch den Geschäftsführer H. Bo [REDACTED], O [REDACTED]
S [REDACTED] str. [REDACTED]

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die
mündliche Verhandlung vom 26. Juni 1959 unter Mitwirkung des
Senatspräsidenten Prof. Dr. h.c. Wilde und der Bundesrichter
Dr. Krüger-Nieland, Dr. Christoph, Dr. Weiss und Jungbluth

für Recht erkannt:

Die Revision der Beklagten gegen das Urteil des
1. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Oldenburg
vom 17. Januar 1958 wird auf Kosten der Beklagten
zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

- 2 -

Tatbestand:

Um die Jahreswende 1956/57 eröffnete die beklagte Konsumgenossenschaft eine Verkaufsstelle in Bad E. Am 11. März 1957 hielt sie in einer Gaststätte in Bad E. eine Versammlung ab, zu der sie die ortsansässigen Mitglieder mit ihren Ehegatten schriftlich eingeladen hatte. In den Einladungen war folgende Tagesordnung angegeben:

1. Geschäftsbericht
2. Wahl eines Vertreters bzw. Stellvertreters
3. Vorführung des Films "Das große Wunder".

An der Versammlung haben etwa 50 Personen teilgenommen. Nach einem Bericht in der "Freien Presse" (Ausgabe Nr. 63 vom 14.3.1957) haben die Geschäftsführer der Beklagten dort u.a. geäußert:

"Im Durchschnitt lägen nach einwandfreien Feststellungen die Preise im Konsum um 9 1/2 Prozent günstiger, Probeeinkäufe bei zwei anderen Bad Essener Geschäften z.B. in Haushaltsmischung, Bratheringen, Weizenmehl, grünen Erbsen, Speiseöl und Grieß-Makkaroni hätten jedoch ergeben, daß das eine Geschäft 15,5 Prozent und das andere 26 Prozent teurer lag. Wollte man bei einer vierköpfigen Familie einen monatlichen Verbrauch von nur 150 DM zugrunde legen, so wären das im Jahr 1 800 DM. Schon bei einem zehnprozentigen billigeren Einkauf wären dann 180 DM erspart worden."

Der klagende Einzelhandelsverband erblickt in diesen Ausführungen eine unzulässige vergleichende Werbung; außerdem bezeichnet er die Ausführungen als unrichtig oder zumindest irreführend. Er hat beantragt, zu erkennen:

Die von der Beklagten aufgestellte Behauptung, daß die Preise ihrer Bad E. Verkaufsstelle bis zu 26 % unter den Preisen der ortsansässigen Einzelhandelsgeschäfte lägen, darf die Beklagte nicht aufrechterhalten.

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



Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt und geltend gemacht, die beanstandeten Ausführungen seien nicht im geschäftlichen Verkehr und nicht zu Wettbewerbszwecken gemacht worden. Bei der Mitgliederversammlung habe es sich um eine interne Veranstaltung der Genossenschaft gehandelt, auf der die Geschäftsführer zur Unterrichtung der Mitglieder einen Rechenschaftsbericht erstattet hätten. In dem Bericht habe die Preislage schon deshalb erörtert werden müssen, weil vorher eine Anzahl von Mitgliedern Unzufriedenheit über die Preisgestaltung bei der Verkaufsstelle Bad E. geäußert und Auskunft hierüber verlangt habe. Zur Vorbereitung der Auskunft habe die Geschäftsleitung Probeeinkäufe in den maßgebenden örtlichen Einzelhandelsgeschäften durchgeführt. In der Versammlung sei das Ergebnis dieser Käufe unter genauer Bezeichnung der ausgewählten, gängigen Artikel wahrheitsgemäß bekanntgegeben und hierbei auch rückhaltlos dargelegt worden, welche Waren im Konsumladen noch teurer seien als in anderen Geschäften. Die Geschäftsleitung einer Genossenschaft sei verpflichtet, den Mitgliedern auf Nachfrage derartige Auskünfte zu erteilen. Auch der Zweck des genossenschaftlichen Zusammenschlusses, den Mitgliedern billige Einkaufsmöglichkeiten zu bieten, zwingt die Geschäftsleitung dazu, Preisvergleiche mit anderen Geschäften anzustellen und den Mitgliedern darüber zu berichten.

Das Landgericht hat der Beklagten untersagt zu behaupten, daß die Preise ihrer Bad E. Verkaufsstelle bis zu 26 % unter den Preisen der ortsansässigen Einzelhandelsgeschäfte lägen.

Die Berufung der Beklagten wurde zurückgewiesen.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klagabweisungsantrag weiter.

Die Klägerin beantragt Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat zunächst das Rechtsschutzbedürfnis für die Klage geprüft und die hierfür erforderliche Wiederholungsgefahr zutreffend damit begründet, daß die Beklagte während des gesamten Verfahrens für sich in Anspruch genommen habe, zu dem vom Kläger beanstandeten Preisvergleich berechtigt zu sein (BGH in GRUR 1953, 37,40 mit weiteren Nachweisen). Es bestehen keine Anhaltspunkte dafür, daß das Berufungsgericht dabei - wie die Revision meint - die rechtlichen Voraussetzungen der Wiederholungsgefahr verkennt, namentlich daß es die Prüfung unterlassen hat, ob die Fortsetzung des beanstandeten Verhaltens ernstlich zu besorgen sei. Das Berufungsgericht konnte diese Besorgnis ohne Rechtsverstoß dem Vortrag der Beklagten entnehmen, der Zweck der Konsumgenossenschaft, ihren Mitgliedern billige Einkaufsmöglichkeiten zu erschließen, zwingt die Geschäftsleitung dazu, die Preise im Konsumgeschäft mit denjenigen in den Einzelhandelsgeschäften zu vergleichen und den Mitgliedern darüber zu berichten. Der Hinweis der Revision auf das Urteil des Reichsgerichts in DR 1939, 256 geht fehl, weil in dem dort entschiedenen Falle im Gegensatz zum vorliegenden nicht dargetan war, daß die Beklagte gerade das Verhalten fortsetzen werde, dessen Unterlassung von ihr verlangt wurde.

II. 1. In rechtlich einwandfreier Weise hat das Berufungsgericht weiterhin dargelegt, daß die Äußerung der Geschäftsführer in der Versammlung vom 11. März 1957 Zwecken

des Wettbewerbs gedient habe. Die Beurteilung war auf die beanstandete Handlung, nämlich auf die in dem Bericht der Geschäftsführer sei es wörtlich, sei es sinngemäß enthaltene Behauptung abzustellen, die Preise in der Verkaufsstelle der Beklagten in Bad E. lägen bis zu 26 % unter den Preisen der örtlichen Einzelhandelsgeschäfte. Das Berufungsgericht befindet sich in Übereinstimmung mit der Rechtsprechung des erkennenden Senats (BGHZ 3, 273, 277), wenn es ausführt, diese Behauptung sei objektiv geeignet und nach der Absicht der Geschäftsführer auch dazu bestimmt gewesen, die Beklagte im Wettbewerb mit den örtlichen Einzelhändlern in Bad E. zu fördern. Dieser Wettbewerb beschränkt sich nicht auf die Gewinnung neuer Mitglieder, die nach dem Eintritt in die Genossenschaft den Einzelhändlern, bei denen sie bisher gekauft haben, als Kunden ganz oder teilweise verloren gehen. Er erstreckt sich vielmehr auch auf die bereits gewonnenen Mitglieder, die durch die Äußerung der Geschäftsführer in der Versammlung vom 11. März 1957 angesprochen werden sollten. Wie das Berufungsgericht zutreffend darlegt, sind die Genossen nicht verpflichtet, ihren Bedarf in der Verkaufsstelle der Beklagten zu decken, sondern sie können frei entscheiden, ob und inwieweit sie statt dessen von gleichartigen Angeboten der Einzelhandelsgeschäfte Gebrauch machen wollen. Daher kommen sie ungeachtet ihrer Mitgliedschaft bei der Beklagten für Warengattungen, die außer in der Verkaufsstelle der Beklagten auch in den Einzelhandelsgeschäften geführt werden, weiterhin als Kunden der Einzelhändler in Betracht. Sie können deshalb durch Werbung dahin beeinflusst werden, der Verkaufsstelle der Beklagten vor den Einzelhandelsgeschäften den Vorzug zu geben. Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsirrtum in dem Preisvergleich, der in der Versammlung vom 11. März 1957 bekanntgemacht wurde, eine solche Werbung erblickt.

2. Es hat dabei auch nicht, wie die Revision meint, an die Äußerung der Geschäftsführer einen Maßstab angelegt, der dem Wesen der Genossenschaft nicht gerecht wird. Der Angriff der Revision betrifft hier in seinem Kern nicht die Frage, ob der Preisvergleich Zwecken des Wettbewerbs gedient hat, sondern die davon zu unterscheidende Frage, ob zu dem Vergleich eine berechnigte, die Sittenwidrigkeit nach § 1 UWG ausschließende Veranlassung bestand. Die Eignung und Bestimmung des Preisvergleichs zur Förderung des Wettbewerbs wird durch das Verhältnis der Mitglieder zur Genossenschaft nicht berührt. Dies gilt auch dann, wenn die Mitglieder einen Anspruch auf Belieferung durch die Genossenschaft haben, also durch ihre etwaigen Einkäufe bei der Beklagten ein Mitgliedschaftsrecht ausüben, und wenn ferner die Geschäftsleitung der Beklagten durch umsatzfördernde Mitteilungen, wie die Bekanntgabe des Preisvergleichs, eine genossenschaftsrechtliche Auskunftspflicht erfüllen will. Die Rechtslage ist alsdann keine andere als in sonstigen Fällen, in denen eine Maßnahme, die den Wettbewerb fördert und fördern soll, außerdem noch Zwecke erfüllt, die nicht im Bereich des Wettbewerbs liegen. Alsdann ist nach ständiger Rechtsprechung der Wettbewerbszweck zu bejahen, sofern er nicht hinter den sonstigen Beweggründen völlig zurücktritt (RG in MuW 1938, 255, 257; RG in GRUR 1938, 53, 55; BGH in GRUR 1953, 293, 294; BGHZ 3, 270, 276, 277). Im Einklang mit diesem Grundsatz hat das Berufungsgericht angenommen, daß der Wettbewerbszweck bei dem Preisvergleich in der Versammlung vom 11. März 1957 hinter dem etwaigen gesellschaftsrechtlichen Zweck der Mitteilung keinesfalls gänzlich in den Hintergrund getreten sei. Wenn es in der Begründung hierfür die von der Revision angegriffene Wendung gebraucht hat, dies gehe aus dem Sachverhalt ohne weiteres hervor, so hat es damit in zulässiger Weise auf die von ihm

selbst festgestellten, im wesentlichen unstreitigen Tatsache und auf seine vorausgegangenen Darlegungen über den Wettbewerbszweck der Äußerung Bezug genommen. Danach hatten die Geschäftsführer den für den Einzelhandel nachteiligen Preisvergleich dergestalt in den Mittelpunkt ihrer Ausführungen gerückt, daß der Wettbewerbszweck hinter dem gesellschaftsrechtlichen Charakter des Geschäftsberichts nicht zurückstand, sondern ihn eher noch überwog.

3. Zu Unrecht macht die Revision schließlich geltend, das Berufungsgericht habe nicht berücksichtigt, daß nach den Äußerungen der Zeugen Z., Sch. und Bo. die Geschäftsführer freimütig auch auf Preise zu sprechen gekommen seien, die bei der Konsumgenossenschaft höher als beim Einzelhandel gelegen hätten. Das Berufungsgericht durfte den letzteren Umstand bei der Prüfung des Wettbewerbszwecks schon deshalb als unerheblich ansehen, weil es festgestellt hatte, daß die bei der Beklagten ungünstiger liegenden Preise nicht schon in dem Bericht der Geschäftsführer, sondern erst in der späteren Aussprache, also in einem Zeitpunkt erörtert worden sind, in dem die beanstandete Wettbewerbshandlung bereits abgeschlossen war. Der Wettbewerbszweck dieser Handlung wäre aber auch dann nicht in Frage gestellt, wenn jene Preise schon in dem Bericht selbst erwähnt worden wären. Nach den Feststellungen der Vorinstanzen, die diesen Bericht zutreffend in seinem Zusammenhang gewürdigt haben, war von den Geschäftsführern zur Kennzeichnung des preisgünstigen Angebots im Konsumgeschäft zusammenfassend vorgetragen worden, eine vierköpfige Familie könne "schon" bei einem um 10 % billigeren Einkauf im Jahre mindestens 180.- DM einsparen. Damit war gesagt, daß die Mindestersparnis, die eine solche Familie erzielen könne, wenn sie ihren Bedarf statt beim Einzelhändler in der Verkaufsstelle der Beklagten decke, im Jahresdurchschnitt

46

auf 10 % zu veranschlagen sei. Die Äußerung, der Preisunterschied gegenüber den örtlichen Einzelhändlern betrage bis zu 26 %, ließ alsdann ohne weiteres Raum für die Möglichkeit, daß die Preise einzelner Waren im Konsumgeschäft höher waren als in dem einen oder anderen Einzelhandelsgeschäft; denn auch in diesem Falle hätte sich die behauptete durchschnittliche Mindestersparnis von 10 % ergeben können, sofern die sonstigen Preise der Beklagten, wie dem Bericht der Geschäftsführer zu entnehmen war, die der örtlichen Einzelhändler sogar bis zu 26 % unterschritten. Die Werbewirkung der letzteren Äußerung wäre daher durch das Einverständnis, daß einzelne Waren im Konsumgeschäft teurer waren, nicht beeinträchtigt worden.

III. Entgegen der Ansicht der Revision stellte die Äußerung der Geschäftsführer ferner eine Verlautbarung im geschäftlichen Verkehr dar. Als Handeln im geschäftlichen Verkehr ist nach ständiger Rechtsprechung jede der Förderung eines Geschäftszwecks dienende Tätigkeit im Gegensatz zu einer rein privaten oder amtlichen Betätigung zu betrachten, wobei es gleichgültig ist, ob die Tätigkeit sich in der Öffentlichkeit oder in einem privaten Rahmen abspielt (BGH in GRUR 1953, 293, 294). Das Berufungsgericht hat daher an dieser Stelle mit Recht den Zweck der Äußerung, den es vorher zutreffend dargelegt hatte, nicht aber den Umstand als entscheidend angesehen, daß die Äußerung auf einer geschlossenen Mitgliederversammlung und in einem nur für Genossen und ihre Ehegatten bestimmten Bericht gefd len ist. Wenn eine Genossenschaft durch Einflußnahme auf ihre Mitglieder darauf hinwirkt, im Wettbewerb mit dem örtlichen Einzelhandel Vorteile für sich zu erlangen oder Nachteile wie das Abwandern von Mitgliedern zu den Einzelhandelsgeschäften von sich abzuwenden, so bewegt sie sich auch dann

im geschäftlichen Verkehr, wenn der geschäftliche Zweck auf einer internen Veranstaltung und durch Mitteilungen in einem Geschäftsbericht verfolgt wird.

IV. 1. Bei der hiernach gebotenen Beurteilung nach den Regeln des Wettbewerbsrechts hat das Berufungsgericht in der Äußerung, die Preise in der Bad E [REDACTED] Verkaufsstelle der Beklagten lägen bis zu 26 % unter denen der ortsansässigen Einzelhandelsgeschäfte, eine unzulässige vergleichende Werbung erblickt. Er ist dabei zunächst den Grundsätzen gefolgt, die in Rechtsprechung und Schrifttum für die sog. kritisierende bezugnehmende Reklame entwickelt worden sind (RG in GRUR 1931, 1299, 1300; RGZ 143, 362; BGH IM UWG § 1 Nr. 7; Droste in GRUR 1951, 140 ff). Ein für die Entscheidung erheblicher Rechtsirrtum ist in seinen Ausführungen insoweit nicht zu erkennen. Die Revision greift das Berufungsurteil in diesem Ausgangspunkt auch nicht an.

Anschließend hat das Berufungsgericht untersucht, ob zu dem Preisvergleich eine Veranlassung bestanden habe, die ihn ausnahmsweise hätte rechtfertigen können. Es hat dies verneint und im einzelnen dargelegt, die Abwehr eines rechtswidrigen Angriffs komme als Rechtfertigungsgrund nicht in Betracht, weil es an einem solchen Angriff fehle; der Vergleich sei auch nicht notwendig gewesen, um einen auf andere Weise nicht darzustellenden wirtschaftlichen oder technischen Fortschritt oder eine Neuerung zu veranschaulichen; ebensowenig habe eine hinreichend bestimmte Anfrage aus Kreisen der Mitglieder vorgelegen, die nur durch den Preisvergleich hätte beantwortet werden können. Den allgemeinen Klagen über die Preise im Konsumgeschäft, die nach dem Vorbringen der Beklagten vor der Versammlung laut geworden seien, habe die Beklagte nicht dadurch begegnen dürfen, daß sie bei zwei von mehreren Konkurrenzgeschäften einige

Artikel erworben und die Preisunterschiede gegenüber ihren angeblich entsprechenden eigenen Waren so bekanntgegeben habe, als seien darüber einwandfreie Feststellungen getroffen worden. Aus dem Wesen der Genossenschaft ergebe sich keine abweichende Beurteilung. Es sei nichts dafür getan, daß Mitglieder etwa aus Besorgnis Auskünfte verlangt hätten, der Bestand der Genossenschaft, die Mitgliedschaftsrechte der Genossen oder ihre Geschäftsanteile seien gefährdet. Mit dem Preisvergleich habe die Beklagte ihre Mitglieder überhaupt nicht als Genossen, sondern als Kunden angesprochen und damit in das Wettbewerbsverhältnis zu den örtlichen Einzelhändlern eingegriffen. Wo dies geschehe, könne die Genossenschaft nicht unter Berufung auf ihre Verpflichtungen gegenüber den Mitgliedern größere Freiheiten im Wettbewerb als die in anderer Rechtsform betriebenen Konkurrenzunternehmen beanspruchen.

2. Die Revision macht demgegenüber geltend, die Notwendigkeit des Preisvergleichs in der Versammlung vom 11. März 1957 ergebe sich aus dem Zweck der Konsumgenossenschaft und aus ihren rechtlichen Beziehungen zu ihren Mitgliedern; außerdem sei der Vergleich zur Beantwortung von Anfragen aus den Kreisen der Mitglieder erforderlich gewesen. Nach den vom Berufungsgericht nicht beachteten Vorschriften der §§ 33 Abs. 2, 33 a GenG seien die Geschäftsführer verpflichtet, in dem von ihnen zu erstattenden Geschäftsbericht die Verhältnisse der Genossenschaft zu entwickeln. Dazu müsse in erster Linie dargelegt werden, ob das Hauptziel der Genossenschaft erreicht sei, den Mitgliedern günstigere Einkaufsmöglichkeiten zu verschaffen, als der Einzelhandel sie biete. Dies lasse sich nur durch einen Vergleich der Preise im Konsumgeschäft mit den üblichen Einzelhandelspreisen verdeutlichen. Wenn hierüber in einer geschlossenen Mitglieder-

versammlung wie derjenigen vom 11. März 1957 berichtet werde, könne dagegen unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten nichts eingewendet werden. Es komme hinzu, daß eine Reihe von Mitgliedern im Bereich der Verkaufsstelle Bad Essen zuvor Kritik an den dortigen Preisen geübt habe. Das Berufungsgericht habe unter Verletzung des § 139 ZPO der Beklagten keine Gelegenheit gegeben, nähere Einzelheiten über die ergangenen Anfragen vorzutragen, wozu sie bereit gewesen sei. Den Geschäftsführern habe nicht verwehrt werden können, sich gegen die Vorwürfe der Mitglieder zu verteidigen. Der Preisvergleich in der gewählten Form sei daher unvermeidlich gewesen, zumal Hausfrauen nur durch klare Zahlen zu überzeugen seien.

3. Diese Angriffe der Revision können im Ergebnis keinen Erfolg haben.

Zunächst fehlt jeder Anhalt dafür, daß es sich bei dem Bericht in der Versammlung vom 11. März 1957 um den jährlichen Geschäftsbericht gehandelt hat, den der Vorstand der Genossenschaft nach § 33 Abs. 2 GenG mit den Bemerkungen des Aufsichtsrats der Generalversammlung vorzulegen hat und in dem nach § 33 a GenG die Verhältnisse der Genossenschaft zu entwickeln sind. Das Berufungsgericht hatte deshalb keinen Anlaß, für die Beurteilung des in der Versammlung bekanntgegebenen Preisvergleichs, der ganz auf die örtlichen Verhältnisse in Bad Essen zugeschnitten war, die vorgenannten Vorschriften heranzuziehen. Aus diesen Vorschriften ist zudem unmittelbar nichts für die entscheidende Frage zu entnehmen, in welchem Umfange die Geschäftsleitung einer Konsumgenossenschaft in Mitteilungen an die Mitglieder Vergleiche zwischen den Leistungen der Genossenschaft und denjenigen der mit ihr in Wettbewerb stehenden Einzelhändler anstellen

46

darf. Diese Frage läßt sich nicht, wie das Berufungsgericht angenommen hat, danach beantworten, ob die Geschäftsleitung die Mitglieder jeweils als Genossen oder als Kunden angesprochen hat. Die Eigenschaften der Mitglieder einmal als Genossen und zum andern als Kunden der von der Genossenschaft eingerichteten Verkaufsstellen lassen sich nicht so streng voneinander trennen, daß es von dieser Unterscheidung abhängig gemacht werden kann, ob Äußerungen der Geschäftsleitung gegenüber den Mitgliedern im Einzelfalle wettbewerbsrechtliche Folgen nach sich ziehen oder nicht. Das Verhältnis der Mitglieder zur Genossenschaft und zum genossenschaftlichen Unternehmen muß vielmehr in seiner Gesamtheit betrachtet werden. Dieses Verhältnis erschöpft sich zumal bei einer Konsumgenossenschaft, d.h. bei einem Verein "zum gemeinschaftlichen Einkaufe von Lebens- oder Wirtschaftsbedürfnissen im großen und Ablass im kleinen" (§ 1 Abs. 1 Nr. 5 GenG), nicht in der gesellschaftsrechtlichen Beteiligung. Es wird dadurch gekennzeichnet, daß das einzelne Mitglied zur Deckung seines Bedarfs an Konsumwaren zugleich ständiger Kunde des genossenschaftlichen Unternehmens werden will und soll. Die Beteiligungen dienen hier in erster Linie nicht der Kapitalanlage mit Aussicht auf Teilnahme am Unternehmergewinn, den die Genossenschaft für sich selbst in der Regel nicht erstrebt, sondern sie sind dazu bestimmt, die Genossenschaft durch die ihr zufließenden Mittel, durch die satzungsmäßige Haftungsübernahme und durch einen voraussehbaren Mindestabsatz in den Stand zu setzen, Waren zu günstigen Preisen einzukaufen und anzubieten und auf diese Weise die Kundenbeziehungen für die Mitglieder möglichst vorteilhaft zu gestalten. Im Verhältnis des Mitglieds zur Genossenschaft kommt diesen Kundenbeziehungen gegenüber den rechtlichen und organisatorischen Bindungen zumindest wirtschaftlich die überwiegende Bedeutung zu; denn das Mitglied geht die erwähnten Bindungen nur ein, weil es damit rechnet, als Kunde im Unternehmen der

Genossenschaft preiswerter als in den Einzelhandelsgeschäften einkaufen zu können. Gerade im Hinblick auf das von der Revision hervorgehobene Hauptziel der Konsumgenossenschaft, den Mitgliedern zu günstigen Einkaufsmöglichkeiten zu verhelfen, ist danach die Stellung des Mitglieds zur Genossenschaft der des Kunden zum Einzelhändler so stark angenähert, daß es nicht angängig erscheint, die Konsumgenossenschaft im Wettbewerb mit den Einzelhändlern um dieses Zieles willen von dem Verbot der vergleichenden Werbung schlechthin freizustellen, während umgekehrt die Einzelhändler im Wettbewerb mit der Konsumgenossenschaft diesem Verbot unterworfen bleiben. Die Einzelhändler, die im Bereich einer Konsum-Verkaufsstelle ansässig sind, wären hierdurch gegenüber dieser Verkaufsstelle in der Werbung stark benachteiligt, obwohl ihr Waren- und Preisangebot von den angesprochenen Abnehmerkreisen nicht anders wie das der Konsum-Verkaufsstelle betrachtet wird und die Wettbewerbslage daher für beide Teile die gleiche ist. Diese für die Einzelhändler unbillige unterschiedliche Behandlung läßt sich wettbewerbsrechtlich nicht vertreten.

Aus den gesellschaftsrechtlichen Beziehungen zu den Mitgliedern kann sich andererseits für den Vorstand einer Genossenschaft die Notwendigkeit ergeben, in Mitteilungen an die Mitglieder auf das Wettbewerbsverhältnis der Genossenschaft zum Einzelhandel einzugehen. Da der Vorstand den Mitgliedern für seine Geschäftsführung verantwortlich ist (§§ 34, 24 Abs. 3 Satz 2 GenG), wird er namentlich Auskünfte nicht verweigern können, welche die Mitglieder in dieser Hinsicht von ihm verlangen. Ferner wird man ihm das Recht zugestehen müssen, sich gegen Vorwürfe aus Kreisen der Mitglieder zu verteidigen, auch wenn sie das Verhältnis der Genossenschaft zu ihren Mitbewerbern berühren. Diese und ähn-

liche Anlässe können innerhalb einer Genossenschaft häufiger als anderswo dazu führen, daß die Geschäftsleitung zur Wettbewerbslage Stellung nehmen muß. Wie weit sie indessen hierbei gehen darf, ohne die Grundsätze des lauterer Wettbewerbs zumal gegenüber erkennbaren örtlichen Einzelhändlern wie z.B. denjenigen in Bad E [REDACTED], einem Ort mit nur 3 000 Einwohnern, zu verletzen, hängt von den Umständen des jeweiligen Einzelfalles ab. Eine allgemein gehaltene Kritik an den Preisen der Genossenschaft berechtigt den Vorstand jedenfalls noch nicht dazu, in einer Mitgliederversammlung die Preise im Konsumgeschäft und in den Geschäften erkennbarer örtlicher Einzelhändler in einer für die Einzelhändler nachteiligen Weise gegenüberzustellen. In Anlehnung an die Grundsätze, welche die Rechtsprechung für Mitteilungen über die Ware oder gewerbliche Leistung von Mitbewerbern entwickelt hat (RG in JW 1936, 2867, 2868; RG in GRUR 1938, 53, 56; RG in GRUR 1940, 308, 310; BGH in GRUR 1957, 23, 24 - Bänder Glas), wird auch hier gefordert werden müssen, daß etwaige Anfragen sich auf ganz bestimmte, die Ware oder Leistung des Mitbewerbers betreffende Umstände beziehen, die dem Anfragenden wissenswert erscheinen und auf deren genaue Kennzeichnung der befragte Vorstand gegebenenfalls hinwirken muß. Die Antwort muß sich alsdann im Rahmen der begrenzten Frage halten und sich auf die danach erforderlichen Angaben beschränken; auch muß der Befragte sie auf ihre sachliche Richtigkeit prüfen, sich von der Richtigkeit überzeugt haben und in der Lage sein, die Gründe für seine Überzeugung darzulegen.

Die Äußerung, die Preise im Bad E [REDACTED] Konsumgeschäft lägen bis zu 26 % unter den Preisen der ortsansässigen Einzelhandelsgeschäfte, wird diesen Anforderungen nicht gerecht. Sie ist so allgemein gehalten, daß die Geschäftsleitung der Beklagten damit unabhängig von dem Gegenstand etwaiger an

sie gerichteter Fragen in jedem Falle die Grenzen überschritten hat, in denen eine Aufklärung sich aus den genossenschaftsrechtlichen Verpflichtungen des Vorstandes gegenüber den Mitgliedern ausnahmsweise hätte rechtfertigen lassen. Das Berufungsgericht hat unter Bezugnahme auf die Entscheidung RGZ 116, 277, 280 mit Recht auf die Unmöglichkeit hingewiesen, Preisvergleiche in der hier vorliegenden Form bei Lebensmitteln zuverlässig zu überprüfen. Bei diesen Waren bestehen so zahlreiche Unterschiede nach Art, Beschaffenheit, Güte und den für die jeweilige Verwendung gewünschten Eigenschaften, daß es schon bei ein und demselben Artikel zweifelhaft ist, ob die bloße Gegenüberstellung von Preisen einen sicheren Aufschluß über die Preisgestaltung gewähren kann. Ein zusammenfassendes Urteil aber, durch das die eigenen Preise im Vergleich mit denen einiger weniger Wettbewerber allgemein oder zumindest für mehrere untereinander durchaus verschiedene Warengruppen als bis zu 26 % niedriger bezeichnet wurden, entzog sich von vornherein jeder sachlichen Kontrolle und konnte aus diesem Grunde durch keine gleichwie geartete Anfrage gedeckt sein.

Nach dem vom Berufungsgericht festgestellten Sachverhalt war an die Beklagte aber auch keine hinreichend bestimmte Anfrage ergangen, die ihr überhaupt zu einem Preisvergleich hätte Anlaß geben können. Das Berufungsgericht hat das Vorliegen einer solchen Anfrage auf Grund des eigenen Vorbringens der Beklagten verneint. Es hat dabei dieses Vorbringen unter zum Teil wörtlicher Wiedergabe der einzelnen Behauptungen eingehend gewürdigt. Wenn es daraus gefolgert hat, daß es sich bei den Äußerungen aus Mitgliederkreisen nur um allgemeine Klagen über die Preisgestaltung der Beklagten, nicht dagegen um ausdrückliche Erkundigungen nach bestimmten, die Waren oder Leistungen der Wettbewerber

betreffenden Umständen gehandelt habe, so ist gegen diese Würdigung des Parteivorbringens aus Rechtsgründen nichts einzuwenden. Zu Unrecht rügt die Revision, daß das Berufungsgericht entgegen der Vorschrift des § 139 ZPO der Beklagten keine Gelegenheit gegeben habe, ihr Vorbringen hinsichtlich des näheren Inhalts der von den Mitgliedern gestellten Fragen zu ergänzen. Diese Rüge geht schon deshalb fehl, weil die Beklagte auch in der Revisionsinstanz den genauen Wortlaut und Inhalt der angeblichen Fragen nicht mitgeteilt, also nicht dargetan hat, was sie auf eine entsprechende Auflage des Berufungsgerichts vorgebracht haben würde (vgl. RG in JW 1931, 1795). Es liegt aber auch keine Verletzung der Aufklärungspflicht vor. Die Schriftsätze der Beklagten in der Berufungsinstanz ergeben nicht etwa, wie die Revision vorträgt, daß die Beklagte bereit war, für spezifizierte Angaben durch das Zeugnis des Verkaufsstellenleiters Schüler und durch Parteivernehmung des Geschäftsführers Lange Beweis zu erbringen. Die letzteren Beweismittel hatte die Beklagte nur für die in Kreisen der Mitglieder herrschende allgemeine Unzufriedenheit über die Preisgestaltung in der Verkaufsstelle Bad Essen, nicht aber dafür angegeben, daß an den Vorstand einzelne genau bestimmte Fragen gerichtet worden seien. Andererseits war die Beklagte sowohl durch die Gründe des landgerichtlichen Urteils als auch durch die Berufungserwiderung des Klägers ausdrücklich auf die rechtliche Bedeutung hingewiesen worden, die dem genauen Wortlaut und Inhalt etwaiger Anfragen aus Mitgliederkreisen zukommen konnte. Das Berufungsgericht konnte daher nicht annehmen, daß die Beklagte aus Versehen oder auf Grund irriger Beurteilung der Rechtslage wesentliche Behauptungen nicht vorgebracht und Beweismittel dafür nicht benannt habe, auf die sie sich noch hätte stützen können (BGH LM ZPO § 139 Nr. 3).

Nach alledem ist dem Berufungsgericht im Ergebnis darin beizutreten, daß zu dem vom Kläger beanstandeten Preisvergleich keine Veranlassung bestand, die es rechtfertigen könnte, ihn von dem grundsätzlichen Verbot der vergleichenden Werbung auszunehmen. Die Äußerung der Geschäftsführer auf der Versammlung vom 11. März 1957 verstieß also gegen die Regeln des lautereren Wettbewerbs (§ 1 UWG) und ist deshalb mit Recht von den Vorinstanzen untersagt worden.

V. Die Revision war danach zurückzuweisen. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Wilde

Krüger-Nieland

Christoph

Weiss

Jungbluth