

BUNDESGERICHTSHOF

55

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 91/84

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
12. Juni 1986
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

I [REDACTED] AG Verlag, T [REDACTED] straße [REDACTED], CH-6003 L [REDACTED]/Schweiz,
vertreten durch den Geschäftsführer,

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Christian B [REDACTED] AG für Verlagsgeschäfte & Co. KG, ver-
treten durch die Christian B [REDACTED] AG für Verlagsgeschäfte,
K [REDACTED], Schweiz, diese wiederum vertreten durch ihren
Verwaltungsrat, F [REDACTED] straße [REDACTED], S [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

WII

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 12. Juni 1986 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky und Dr. Scholz-Hoppe

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Stuttgart vom 21. März 1984 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung - auch über die Kosten der Revision - an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerin, eine Schweizer Verlagsgesellschaft, plante die Herausgabe eines mehrbändigen Nachschlagewerkes unter dem Titel "Persönlichkeiten Europas". In den Jahren 1974 und 1975 erschienen die Bände "Schweiz" und "Österreich"; bis 1977 sollten die Bände "Deutschland I - III" folgen.

Da der Verkauf der aufwendig ausgestatteten Bände nicht den Erwartungen der Klägerin entsprach, setzte sie sich 1976 mit der Beklagten in Verbindung, um deren Vertriebserfahrungen zu nutzen. Die Parteien einigten sich auf eine Zusammenarbeit, nachdem sie abgesprochen hatten, den Preis, das Format und den Umfang der Ausgabe zu ändern. Durch Vertrag vom 11. Juni 1976 verpflichtete sich die Klägerin zur Produktion und die Beklagte zur Werbung und zum Vertrieb des zunächst auf 5 Bände geplanten Werkes (Deutschland I - III, Schweiz und Österreich). Als Zeitpunkt für das Erscheinen des ersten Bandes war der September 1976 vorgesehen, die übrigen vier Bände sollten aufeinanderfolgend bis Ende 1977 erscheinen.

Von dem in einer Auflage von 10.000 Exemplaren zunächst gedruckten Band "Deutschland I" lieferte die Klägerin einen Teil im Oktober 1976 aus. In der Folgezeit kam es zwischen den Parteien zu Differenzen. Die weiter geplanten Bände sind bislang nicht erschienen. Die Klägerin stellte ihre Verlagsproduktion im Frühjahr/Sommer 1977 ein. Im Juli 1977 lieferte sie einen weiteren Teil des Bandes "Deutschland I" an die Beklagte aus; nach einer Abrechnung der Beklagten vom 31. Dezember 1978 wurden von diesem Band insgesamt 667 Exemplare verkauft. Die Parteien sehen ihr Vertragsverhältnis spätestens seit September 1977 als endgültig gescheitert an.

Die Klägerin verlangt von der Beklagten Schadensersatz in Höhe von 640.000,-- DM.



Sie hat die Ansicht vertreten, die Beklagte habe ihre Vertriebspflicht schuldhaft verletzt, indem sie entgegen der vertraglichen Abrede und wiederholter Zusicherungen nicht für das gemeinsame Werk geworben habe. Sie, die Klägerin, habe sich deshalb aus wirtschaftlichen Überlegungen gezwungen gesehen, auf eine Fertigstellung der weiteren Bände, die schon weitgehend vorbereitet gewesen seien, zu verzichten.

Die Beklagte hat demgegenüber bestritten, ihre vertraglichen Verpflichtungen verletzt zu haben. Zu einer Durchführung der von ihr ausgearbeiteten Vertriebskonzeption sei es nicht gekommen, weil die Klägerin ihre Mitwirkungspflichten nicht erfüllt habe. Die Klägerin habe ihr trotz mehrfacher Aufforderung weder die Erscheinungstermine noch die vollständigen Inhaltsverzeichnisse der einzelnen Bände vorgelegt, so daß sie, die Beklagte, keine wirksame Werbung habe starten können.

Das Landgericht hat die Klage nach Beweisaufnahme dem Grunde nach für gerechtfertigt erklärt. Das Oberlandesgericht hat auf die Berufung der Beklagten die Klage nach Wiederholung der Beweisaufnahme abgewiesen. Die Revision der Klägerin hat zur Aufhebung und Zurückverweisung geführt (vgl. Senatsurteil v. 4.3.1982 - I ZR 107/80 -). Das Berufungsgericht hat die Klage nach Einholung eines Sachverständigengutachtens wiederum abgewiesen.

Mit der erneuten Revision begehrt die Klägerin die Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht ist auch bei seiner erneuten Entscheidung zu dem Ergebnis gelangt, daß die Beklagte ihre Vertriebspflicht nicht durch unzureichende Werbung schuldhaft verletzt und dadurch den Vertragszweck vereitelt habe. Dazu hat es ausgeführt: Die Werbemaßnahmen der Beklagten seien zwar unzulänglich gewesen. Gleichwohl könne darin nicht unbedingt eine Vertragsverletzung gesehen werden. Selbst wenn die Beklagte zu einer alsbaldigen Werbung verpflichtet gewesen sei, bedeute dies nicht, daß sie unverzüglich nach Vertragsabschluß damit hätte beginnen müssen. Ihr müsse vielmehr eine gewisse Zeit zur Ausarbeitung eines geeigneten Werbekonzepts eingeräumt werden, wobei zu berücksichtigen sei, daß bei Vertragsabschluß kein umfassendes Marketing-Konzept vorhanden gewesen sei. Für eine wirksame Werbung sei nach dem Sachverständigengutachten eine Kenntnis der konkreten Erscheinungstermine der einzelnen Bände notwendig gewesen; diese Kenntnis habe die Beklagte zu keiner Zeit gehabt. Selbst wenn eine erfolgreiche Werbung - wie die Klägerin, die insoweit die Einholung eines Obergutachtens beantragt habe, meine - eine solche Kenntnis nicht erfordere, sei ein etwaiges Fehlverhalten der Beklagten zumindest nicht schuldhaft. Denn sie habe sich so verhalten, wie es der Sachverständige für sachgerecht gehalten habe. Im übrigen sei nach den getroffenen Feststellungen davon auszu-

gehen, daß die Beklagte die konkreten Erscheinungstermine und die Namenslisten auch rechtzeitig, nämlich Ende 1976/Anfang 1977, von der Klägerin verlangt habe. Darauf käme es aber nicht einmal an, da die Klägerin nicht dargetan habe, daß sie einem entsprechenden Verlangen hätte nachkommen können.

II. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Revision nicht stand. Sie führen zur Aufhebung und Zurückverweisung.

Der Senat hat in seinem ersten Revisionsurteil dargelegt, daß die zwischen den Parteien getroffene Vereinbarung vom 11. Juni 1976 als Gesellschaftsvertrag zu beurteilen sei und daß im Streitfall ein Schadensersatzanspruch wegen Schlechterfüllung dieses Vertrages in Betracht komme. Dem Berufungsgericht ist aufgegeben worden, weiter aufzuklären, ob die Beklagte ihre Vertriebspflicht durch unzureichende Werbung schuldhaft verletzt und dadurch den Vertragszweck vereitelt habe. Die vom Berufungsgericht insoweit getroffenen Feststellungen sind nicht frei von Rechtsfehlern.

1. Die Begründung, mit der das Berufungsgericht bereits objektiv eine Verletzung der Vertriebspflicht durch die Beklagte verneint hat, trägt nicht.

Wie der Senat in seinem ersten Revisionsurteil ausgeführt hat, erforderte die Erfüllung der Vertriebspflicht nach dem Gesamtinhalt des Vertrages, der Interessenlage und dem Verhalten der Beklagten eine alsbaldige Werbung.

Dieser Verpflichtung ist die Beklagte nach den Feststellungen des Berufungsgerichts nicht nachgekommen. Das Berufungsgericht hat es als unstreitig angesehen, daß die von der Beklagten ergriffenen Werbemaßnahmen unzulänglich waren. Zu Unrecht hat das Berufungsgericht aber gemeint, eine Vertragsverletzung liege gleichwohl nicht vor, weil die Beklagte jedenfalls nicht verpflichtet gewesen sei, mit ihrer werbenden Tätigkeit unverzüglich nach Vertragsabschluß zu beginnen; ihr hätte eine gewisse Zeit zur Ausarbeitung eines geeigneten Werbekonzepts eingeräumt werden müssen. Die Unterscheidung des Berufungsgerichts zwischen alsbaldiger und unverzüglicher Werbung ist nicht gerechtfertigt; denn auch unverzüglich bedeutet, daß die Werbung ohne schuldhaftes Verzögern einsetzen mußte (vgl. § 121 Abs. 1 Satz 1 BGB). Indessen kommt es darauf nicht einmal an, weil die Beklagte weder unmittelbar nach Abschluß des Vertrages vom 11. Juni 1976 noch später in ausreichender Weise geworben hatte; und zwar weder bis zur Einstellung der Verlagsproduktion durch die Klägerin im Frühjahr/Sommer 1977 noch bis zu dem Zeitpunkt, zu dem die Parteien das Gesellschaftsverhältnis als endgültig gescheitert angesehen haben (spätestens September 1977). Unter diesen Umständen kann eine Verletzung der Vertriebspflicht zumindest objektiv nicht in Zweifel gezogen werden. Die vom Berufungsgericht zugunsten der Beklagten angeführten weiteren Umstände (fehlendes Marketing-Konzept, fehlende Kenntnis der konkreten Erscheinungstermine) betreffen die Frage des Verschuldens.

2. Aufgrund der vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen läßt sich aber auch eine schuldhafte Pflichtverletzung der Beklagten nicht ausschließen.

a) Das Berufungsgericht sieht - dem Sachverständigen folgend - den wesentlichen Grund dafür, daß es zu keiner sinnvollen und erfolgversprechenden Werbung gekommen sei, in dem fehlenden Marketing-Konzept. Wegen des Fehlens eines solchen Konzepts könne der Beklagten nicht vorgeworfen werden, von der Klägerin nicht gleich bei Vertragsabschluß konkrete Erscheinungstermine und den vollständigen Inhalt der einzelnen Bände verlangt (BU 8) und ein Werbekonzept ausgearbeitet zu haben (BU 7).

Diese Auffassung begegnet in mehrfacher Hinsicht rechtlichen Bedenken. Es ist bereits nicht ersichtlich, was das Berufungsgericht unter einem Marketing-Konzept verstanden hat. Dem Zusammenhang der Ausführungen des Sachverständigen, auf die das Berufungsgericht sich stützt, ist zu entnehmen, daß damit offensichtlich ein die Produktion, die Werbung und den Vertrieb umfassendes Gesamtkonzept für eine effektive Absatzgestaltung gemeint ist. Sollte dies, was naheliegend ist, zutreffen und einer derartigen Konzeption eine maßgebende Bedeutung für den Vertrieb zukommen, so hätte das Berufungsgericht näher prüfen müssen, welche der Parteien nach dem Vertragsinhalt für die Erstellung eines Marketing-Konzepts zuständig gewesen wäre. Falls das Berufungsgericht das Fehlen eines solchen Konzepts der Klägerin anlasten wollte, wofür der Gesamtzusammenhang der Urteilsgründe spricht, wäre dies rechtlich zu beanstanden. Das Berufungsgericht ist insoweit offensichtlich dem Sachverständigen gefolgt, der bei seiner mündlichen Anhörung erklärt hat, die Entwicklung eines Marketing-Konzepts wäre Sache der Klägerin gewesen.

Unabhängig davon, daß nicht ersichtlich ist, worauf der Gutachter seine Annahme stützt, hätte das Berufungsgericht beachten müssen, daß es sich hier nicht um eine Frage handelt, die der Begutachtung durch einen Sachverständigen zugänglich ist. Sie ist vielmehr nach der konkreten Vertragsgestaltung zu beantworten. Diese spricht vorliegend dafür, daß die Beklagte ein Marketing-Konzept hätte entwickeln müssen, falls sie es für erforderlich hielt. Dies ist zwar nicht unmittelbar dem Vertrag vom 11. Juni 1976 zu entnehmen, ergibt sich aber aus den Umständen, die zum Vertragsabschluß führten. Die Klägerin, die die Nachschlagewerkreihe zunächst alleine herausgeben wollte und damit nicht den erwarteten Erfolg hatte, setzte sich im April 1976 mit der Beklagten in Verbindung, um deren Vertriebserfahrungen zu nutzen. Dem entspricht die klare Aufgabenverteilung im später abgeschlossenen Vertrag; darin übernahm die Klägerin ausschließlich die Produktion und die Beklagte die Werbung und den Vertrieb des Nachschlagewerks. Ein Werbe- und Vertriebskonzept, das wohl in erster Linie zu einem Marketing-Konzept gehört, mußte daher auch allein von der Beklagten entworfen werden. Deswegen wandte sich die Klägerin an sie und vertraute ihr diesen Bereich an. Die Beklagte, die über die größeren Vertriebserfahrungen verfügt, wußte, worauf sie sich bei Vertragsabschluß einließ. Wenn daher - wie der Sachverständige meint - ein Marketing-Konzept vor Vertragsabschluß erforderlich war, so hätte die Beklagte dieses erarbeiten, zumindest aber die Klägerin über die Notwendigkeit aufklären müssen. Dies hat das Berufungsgericht verkannt. Es hat auch übersehen, daß sich die Beklagte selbst darauf berufen hat, ein Marketing-Konzept ausgearbeitet zu haben (vgl. S. 6 des ersten BU); sie hat sich lediglich damit verteidigt, das

Konzept habe nicht durchgeführt werden können, weil die Klägerin ihre Mitwirkungspflicht verletzt habe, indem sie trotz mehrfacher Aufforderung weder die konkreten Erscheinungstermine genannt noch ein vollständiges Inhaltsverzeichnis für die Bände Deutschland II und III vorgelegt habe.

b) Die insoweit vom Berufungsgericht zur Begründung der Klagabweisung weiter angeführte Erwägung, eine sinnvolle und erfolgversprechende Werbung sei an der fehlenden Mitwirkung der Klägerin gescheitert, weil diese die konkreten Erscheinungstermine der einzelnen Bände nicht angegeben habe, hält der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

aa) Ohne Erfolg wendet sich die Revision allerdings gegen die Ansicht des Berufungsgerichts, für eine wirksame Werbung sei vorliegend die Kenntnis der konkreten Erscheinungstermine von wesentlicher Bedeutung gewesen. Das Berufungsgericht hat dies - gestützt auf das Sachverständigen-gutachten - damit begründet, daß der Charakter des vorliegenden Nachschlagewerkes verschiedene, auf die jeweiligen Erscheinungstermine abgestellte Werbemaßnahmen erforderte; eine Werbung ohne Kenntnis dieser Termine sei für die Beklagte mit unzumutbaren Risiken verbunden. Diese Ausführungen lassen einen Rechtsfehler nicht erkennen. Der Einholung des von der Klägerin beantragten Obergutachtens bedarf es nicht.

bb) Bedenken begegnet jedoch die weitere Annahme des Berufungsgerichts, der Beklagten seien die konkreten Erscheinungstermine nicht bekannt gewesen. In § 3 Nr. 2 des Vertrages vom 11. Juni 1976 ist als Erscheinen des ersten

Bandes der September 1976 vorgesehen; die übrigen vier Bände sollten aufeinanderfolgend bis Ende 1977 erscheinen. Das Berufungsgericht hat in dieser Regelung eine unverbindliche Absichtserklärung gesehen, ohne dafür eine nachprüfbare Begründung zu geben. Da die Auslegung des Berufungsgerichts einem Sachverständigenbeweis nicht zugänglich ist, läßt sie sich nicht auf die vom Gutachter insoweit bei seiner mündlichen Anhörung geäußerte Ansicht stützen. Weitere Umstände, deren fehlende Würdigung der Senat bereits in seinem ersten Revisionsurteil beanstandet hat, ohne daß das Berufungsgericht dem bei seiner erneuten Entscheidung Rechnung getragen hat, sprechen dafür, daß die Beklagte die Regelung in § 3 Nr. 2 des von ihr selbst entworfenen Vertrages jedenfalls zum damaligen Zeitpunkt für ausreichend hielt. Dies läßt sich den Angaben im Vertreter-Auftragsblock der Beklagten entnehmen; dort wird als Erscheinungstermin für die Bände "Deutschland II und III" Frühjahr 1977, für den Band "Österreich" Sommer 1977 und den Band "Schweiz" Herbst 1977 genannt. Im übrigen hätte es nahegelegen, daß die Beklagte die Klägerin bereits bei Vertragsabschluß auf die Notwendigkeit einer näheren Konkretisierung der einzelnen Erscheinungstermine hingewiesen hätte, falls sie dies für eine erfolgsversprechende Werbung für unerläßlich und die von ihr selbst entworfene Vertragsregelung nicht für ausreichend gehalten hat. Auch das vom Berufungsgericht nicht berücksichtigte Schreiben der Beklagten vom 26. April 1976, mit dem sie der Klägerin den Vertragsentwurf übersandte, deutet darauf hin, daß sie für einen Beginn der Werbung keine weiteren Angaben benötigte; denn dort heißt es insoweit lediglich: "Für unsere Herbstinformation benötigen wir ganz dringend den Schutzumschlag des ersten Deutschland-Bandes." Wie der

Senat in seinem ersten Revisionsurteil ausgeführt hat, ist nicht ersichtlich, warum die Beklagte das Werk entgegen ihrer eigenen Ankündigung gleichwohl nicht in ihre Verlagsprospekte aufgenommen hat. Das Berufungsgericht hat auch in seinem erneuten Berufungsurteil dazu keine Feststellungen getroffen.

Bei seiner weiteren Auffassung, der Beklagten könne wegen des Fehlens eines Marketing-Konzepts nicht vorgeworfen werden, der Klägerin nicht gleich bei Vertragsabschluß die konkreten Erscheinungstermine abverlangt zu haben (BU 8), läßt das Berufungsgericht außer acht, daß die Ausarbeitung eines solchen Konzepts Sache der Beklagten war (vgl. oben unter II 2 a).

cc) Die Revision rügt auch mit Erfolg, daß die Feststellung des Berufungsgerichts, die Beklagte habe von der Klägerin zwar später, aber noch rechtzeitig und eindeutig die Angabe der konkreten Erscheinungstermine verlangt, nicht verfahrensfehlerfrei getroffen worden ist. Das Berufungsgericht stützt sich insoweit auf seine Beweiswürdigung im aufgehobenen Berufungsurteil. Es hat dabei rechtsfehlerhaft die im ersten Revisionsurteil (S. 13 f.) erhobenen Beanstandungen des Senats übergangen. Es hat sich nicht mit den dort konkret geäußerten Bedenken auseinandergesetzt und nicht alle für die Beweiswürdigung wesentlichen Umstände berücksichtigt; so ist es weder auf den von den Parteien vorgelegten Schriftwechsel noch auf die weiteren Behauptungen der Klägerin eingegangen. Im übrigen hat es auch den Beweisantritt der Klägerin auf Vernehmung des Zeugen van Uden mit der rechtsfehlerhaften Begründung übergangen,

die Klägerin habe die Ablösung des Zeugen van Uden als Geschäftsführer nicht nachgewiesen. Die Zivilprozeßordnung sieht nicht vor, daß eine Partei vor der Vernehmung eines von ihr benannten Zeugen dessen Zeugnisfähigkeit nachweist. Zumindest hätte das Berufungsgericht der Klägerin nach § 356 ZPO eine Frist zur Beibringung des Handelsregisterauszugs setzen müssen. Aus dem von der Revision vorgelegten Auszug ergibt sich, daß der Zeuge van Uden bereits zum damaligen Zeitpunkt aus dem Verwaltungsrat der Klägerin ausgeschieden war.

Auf eine weitere Aufklärung kommt es allerdings nicht an, wenn die Beklagte die konkreten Erscheinungstermine schon nach dem bisherigen Beweisergebnis nicht rechtzeitig erbeten hätte. Insoweit hat der Senat bereits im ersten Revisionsurteil (S. 13) beanstandet, daß das Berufungsgericht offengelassen habe, wann der Zeuge Majer die Klägerin auf die Notwendigkeit weiterer Angaben hingewiesen habe; der Zeuge habe sich bei seinen Vernehmungen zeitlich nicht genau festlegen können. Nunmehr will das Berufungsgericht bei seiner erneuten Entscheidung offensichtlich davon ausgehen, die Beklagte habe erst Ende 1976/Anfang 1977 von der Klägerin weitere Angaben erbeten. Sollte dies zutreffen, so kann das Verlangen nicht mehr als rechtzeitig angesehen werden. Denn die Beklagte war zu alsbaldiger Werbung verpflichtet (vgl. oben unter II 1). Diese Verpflichtung konnte sie nicht erfüllen, wenn sie die für eine sinnvolle und erfolgversprechende Werbung für notwendig gehaltene Mitwirkung frühestens ein halbes Jahr nach Vertragsabschluß verlangt hat. Wie der Senat in seinem ersten Revisionsurteil (S. 11) ausgeführt hat, ist dem Inhalt und Zweck des Vertrages vom

11. Juni 1976 zu entnehmen, daß korrespondierend mit der Fertigstellung der einzelnen Bände auch die Werbung und der Vertrieb einsetzen sollten.

dd) Auch die Hilfserwägung des Berufungsgerichts, es könne letztlich offenbleiben, ob die Beklagte es versäumt habe, die konkreten Erscheinungstermine zu verlangen, läßt sich nicht halten. Das Berufungsgericht meint, die Klägerin habe nicht dargetan, daß sie einem entsprechenden Verlangen der Beklagten nachgekommen wäre, und könne dies angesichts des Entwicklungsstandes ihrer verlegerischen Arbeiten an dem gemeinsamen Projekt im Zeitpunkt der Einstellung der Verlagsproduktion wohl auch schwerlich dartun. Das Berufungsgericht, das ein Marketing-Konzept im Zeitpunkt des Vertragsabschlusses für erforderlich hält, hätte danach erfragen müssen, ob die Klägerin beim Vertragsabschluß in der Lage gewesen wäre, konkrete Erscheinungstermine zu nennen. Angesichts der von der Beklagten selbst in § 3 Nr. 2 des Vertrages aufgenommenen Zeitangaben ist nicht ersichtlich, warum der Klägerin keine weitere Konkretisierung möglich gewesen sein sollte, falls dies von der Beklagten gewünscht worden wäre.

Falls das Berufungsgericht aber darauf abstellen will, daß die Klägerin die vorgesehenen Erscheinungstermine nicht hätte einhalten können, ist dem folgendes entgegenzuhalten: Die Klägerin hatte Band I im Herbst 1976 fertiggestellt und an die Beklagte ausgeliefert. Falls sich tatsächlich im Frühjahr 1977 herausgestellt haben sollte, daß Band II nicht rechtzeitig fertiggestellt werden konnte - von der Klägerin wird dies substantiiert bestritten und die Nichterfüllung

der Beklagten angelastet -, so kann dieser Umstand nicht ursächlich für die seit Juni 1976, dem Zeitpunkt des Vertragsabschlusses, weitgehend unterbliebene Werbung der Beklagten gewesen sein.

c) Schließlich läßt sich eine Sorgfaltspflichtverletzung der Beklagten auch nicht mit der weiteren Erwägung des Berufungsgerichts verneinen, die Beklagte habe sich so verhalten, wie dies der Gutachter, an dessen Sachkunde nicht zu zweifeln sei, für sachgerecht gehalten habe (BU 11 f.). Unabhängig davon, daß diese pauschale Bezugnahme auf das Gutachten keine selbständige, in der Revisionsinstanz nachprüfbare Begründung enthält, ist das Gutachten in dem entscheidenden Punkt auch nicht überzeugend. Der Sachverständige sieht die wesentliche Ursache für die unzureichenden Vertriebsmaßnahmen in dem fehlenden Marketing-Konzept und meint, die Entwicklung eines solchen Konzepts sei Sache der Klägerin gewesen. Dies trifft jedoch nicht zu (vgl. oben unter II 2 a). Das Berufungsgericht hätte in diesem Zusammenhang jedenfalls auch die von der Klägerin vorgelegte Stellungnahme der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH vom 21. Februar 1984 erörtern müssen.

3. Nach alledem kann bei dem derzeitigen Sach- und Streitstand eine Haftung der Beklagten dem Grunde nach nicht ausgeschlossen werden. Die Beklagte ist ihrer Verpflichtung zur alsbaldigen Werbung nicht nachgekommen. Dies hat sie grundsätzlich auch zu vertreten, da sich den Feststellungen des Berufungsgerichts kein hinreichender Grund für ihre Untätigkeit entnehmen läßt. Sieht man mit dem Sachverständigen den eigentlichen Grund der gesamten Vertragsstörung in

dem von vornherein fehlenden Marketing-Konzept, so ergibt sich schon daraus das Verschulden der Beklagten; denn ihr oblag die Entwicklung eines Konzepts für das wohl im Sinne einer Absatzgestaltung zu verstehende Marketing.

Gleichwohl kann der Senat noch nicht dem Grunde nach durcherkennen, da sich das Berufungsgericht - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - nicht mit allen Einwendungen der Beklagten auseinandergesetzt hat. Es wird die bislang offengelassenen Fragen zu prüfen haben, so u.a. ob es auch auf die Kenntnis des konkreten Inhalts der Bände "Deutschland II und III" ankam (BU 9) sowie ob Rechte Dritter an dem gemeinsam herauszugebenden Werk bestehen und ob die Klägerin ein Mitverschulden trifft (vgl. dazu unter III des ersten Revisionsurteils).

III. Das Berufungsurteil war daher aufzuheben und die Sache zur erneuten Verhandlung und Entscheidung - auch über die Kosten der Revision - an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

v. Gamm

RiBGH Dr. Merkel befindet
sich in Urlaub und kann
deshalb nicht unterschrei-
ben

Erdmann

v. Gamm

Teplitzky

Scholz-Hoppe